

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة:

إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام

دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة الجامعيين إبان جائحة كوفيد19

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

- جمال صبرينة

إعداد الطالبتين:

- شعطوق نسرين

- بوقديرة لبنى

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة جيجل	بولمهار ناجي
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	جمال صبرينة
مناقشا	جامعة جيجل	

السنة الجامعية: 2020-2021

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة:

إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام

دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة الجامعيين إبان جائحة كوفيد19

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

- جمال صبرينة

إعداد الطالبتين:

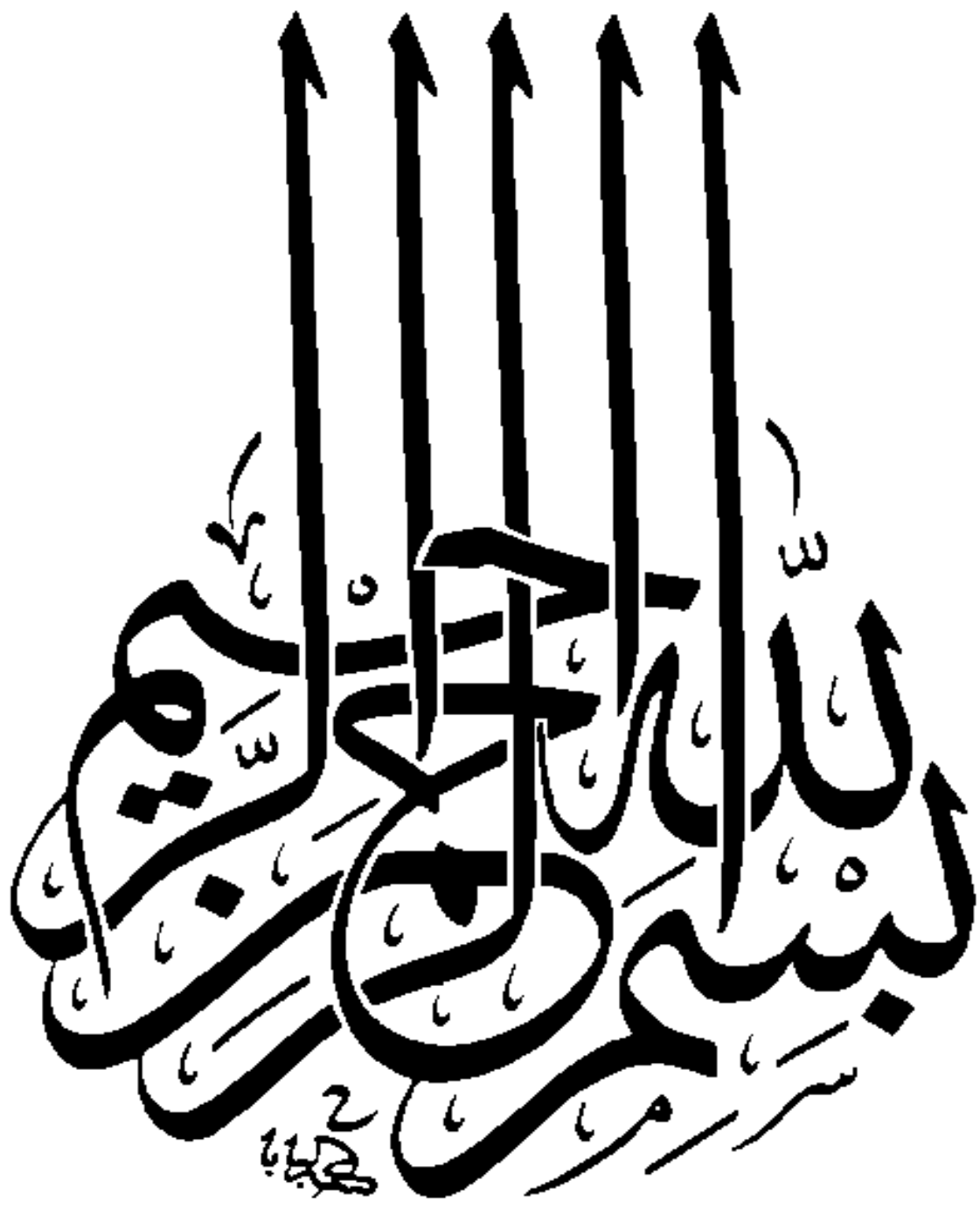
- شعطوق نسرین

- بوقديرة لبنی

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة جيجل
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	الأستاذة
مناقشا	جامعة جيجل

السنة الجامعية: 2020-2021



شكر و عرفان

نحمد الله عزّ وجل الذي ألهمنا العبر والثبات وأمدنا بالقوة والعزم على مواصلة مشوارنا الدراسي وتوفيقه وأعاننا على إتمام هذه المذكرة، فما كان لشيء أن يجري ملكه إلاّ بمشيئته جل شأنه ونقول:

"اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا"
نتقدم بالشكر الجزيل والتقدير للأستاذة المشرفة:

"حمال صبرينة"

التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها وتشجيعاتها العلمية والقيمة رغم انشغالاتها والتي تحملتنا طيلة هذه الفترة وأضيف الشكر لكل من ساندنا في إنجاز هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد وأخص بالذكر الأستاذ "خيرى نبيل"

الذي قدم لنا يد العون ومدنا بنصائحه وملاحظاته

فلهم منا كل العرفان والتقدير وصادق الشكر

كما لا ننسى أسرة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة

محمد الصديق بن يحيى - تاسوست -

وبالأخص قسم علوم الإعلام والاتصال



إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى وأهله وسلم

وأما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا في إنجاز بحثنا العلمي بكل جهد وإخلاص ومثابرة بفضلته تعالى

مهداة بحثي العلمي المتواضع إلى

أعز وأغلى ما في الكيان وإلى أقربهم لقلبي والذي يعتبران رمز للعطاء والحنان هما

"أمي وأبي"

الذي كان عوناً وسنداً لي طيلة مشوار الدراسي

والذي كان لدعائهما المبارك الأعظم في تسيير وتسهيل صدقية البحث ووصولي إلى ثمرة التفوق

إلى إخوتي.....ومشاطري أحزاني وأفراحي

خاصة أختي بشرى الذي كان وقوفها المادي والمعنوي ونصحها الخالص لي حافر كبير في

مواصلة مشواري العلمي بكل حب وإخلاص

إلى جميع من تلقيت منهم النصح والدعم أهدىكم خلاصة جهدي العلمي.

لبنتي

إهداء

الحمد لله على ما أعطى ووهب مانح البيان، تتحرك الأناامل لتحط الكلمات لتبقى ذكريات

إلى الذي رباني على الفضيلة وشملني بالعطف والحنان

إليك يا من لا أستطيع رد فضلك علي في مختلف الأزمان

إليك أبي من علمتني أن الحياة صبر وكل مشقة في الدنيا خبرة

إليك يا من جف عرقه لوصولي إلى هذه النقطة

إليك يا من أفتقدك وأتذكرك في كل حين ولحظة

رحمك الله وجعلك في الفردوس الأعلى.

إليك يا أمي صاحبة القلب الحنون والوجه البشوش إلى صبرك علي صغيرة وكبيرة،

إلى أحابي الغوالي إخوتي كل واسمه

أهدي عملي المتواضع حفظكم الله وبارك فيكم

إلى من ساعدني ولو بكلمة في مشواري الدراسي وإلى كل من وسعهم قلبي ولم تسعهم ورقتي...

تسريين

تهدف دراستنا إلى التعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام للأستاذ الجامعي وللوقوف على ذلك أخذنا عينة من أساتذة جامعة جيجل بالقطب تاسوست ولتحقيق ذلك قمنا بخطة ممنهجة تضم مجموعة من المحاور الأساسية بهدف الإجابة على التساؤلات التالية:

1/ كيف يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة الإحساس والإدراك بموضوع كوفيد 19؟.

2/ هل تبنى الأستاذ الجامعي رأيه الفردي من مواقع التواصل الاجتماعي؟.

3/ ما هي الأساليب التي يعتمد عليها الأستاذ الجامعي في تحويل رأيه الفردي إلى رأي الجماعة؟.

4/ ما هي توجهات الأستاذ الجامعي في مرحلة صراع رأي الفرد مع آراء الجماعة؟.

والتي كانت فرضياتها تتمحور حول:

- يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة الإحساس والإدراك من خلال تعرضه لموضوعات متعلقة بموضوع الكوفيد من خلال منبهات.

- يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة تشكيل الرأي الفردي إبان جائحة كوفيد 19 وذلك من خلال تداخل العامل النفسي الذي يؤدي إلى تحديد المفاهيم

- الأساليب التي يعتمد عليها الأستاذ الجامعي في تحويل رأيه الفردي إلى آراء الجماعة إبان جائحة كورونا 19، تتمثل في القيام بالأنشطة المتعلقة بالكوفيد والمشاركة في النقاشات المفتوحة.

- توجهات الأستاذ الجامعي في مرحلة صراع رأي الفرد مع آراء الجماعة غالبا ما تكون لدرجة متوسطة وذلك من خلال الإشتراك في الصفحات والإطلاع عليها وتبادلها حول موضوع كوفيد 19.

ملخص الدراسة

*وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي حيث قمنا باختيار العينة الطبقية متمثلة في الأساتذة الجامعيين الدائمين من جميع الكليات في جامعة الصديق بن يحيى فرع تاسوست لتوزيع عليهم الاستمارة الاستبيان يدويا وإلكترونيا، المقسمة إلى 5 محاور، مذكورة سابقا.

*وبعد تفرغ الاستمارة بفرعها قمنا بتفريغ البيانات باستعمال برنامج spss ومن ثم تحليل معطياته وتفسيرها والتعليق عليها خلصت دراستنا إلى مجموعة من النتائج المتحصل عليها من أبرزها أنّ الأساتذة الجامعيين استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي إبان جائحة كورونا "كوفيد 19".

*مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر فضاء افتراضي للتعبير عن آرائهم الشخصية والتفاعل مع مختلف المواضيع المطروحة.

*تبين لنا أنّ أكثر من نصف المبحوثين ممثلون في الأساتذة الجامعيين إبان جائحة كورونا يسعون إلى إبراز موقفهم وتوجيهاتهم بغية جعلها رأي عاما يخدم المجتمع ككل.

الكلمات المفتاحية:

الرأي العام، جائحة كورونا، مواقع التواصل الاجتماعي.

Study summary:

Our study aims to identify the role of social networking sites in shaping the public opinion of the university teacher. To find out, we took a sample of Jijel University teachers at the University Pole Tasoust. To achieve this, we have prepared a systematic plan that includes a set of basic axes aimed at answering the following questions:

- 1/ How does a university teacher use social networking sites in the stage of feeling and understanding the subject of Covid 19?
- 2/ Did the university teacher adopt his individual opinion from social networking sites?
- 3 / What are the methods used by the university teacher to transform his individual opinion into the opinion of the group?
- 4/ What are the university teacher's directives at the stage of conflict between the individual's opinion and the group's opinion?

Its hypotheses revolved around:

- The university teacher uses social networking sites in the stage of feeling and cognition through His exposure to topics related to Covid 19 through stimuli.

- The university teacher uses social networking sites at the stage of forming individual opinion during the Covid 19 pandemic, through the psychological factor that leads to defining concepts.

The basis that a university teacher adopts in converting his individual opinion to the views of the group during the Covid 19 pandemic, is to carry out activities related to Covid and participate in open discussions.

The university teacher's attitudes in the stage of conflict between the individual's opinion and the group's views during the Covid 19 pandemic, according to the extent of the impact of social networking sites in changing his position around Covid 19, often to a moderate degree.

* In our study, we adopted the descriptive approach, where we chose the stratified sample represented by permanent university teachers from all faculties at the University of Muhammad Al-Siddiq bin Yahya, Tassoust Branch, to distribute the questionnaire to them manually and electronically, divided into five axes previously mentioned.

* After emptying the form with its two branches, we unloaded the data using the SPSS program and then analyzed, interpreted and commented on its data. Our study concluded a set of results obtained, the most prominent of which is that university teachers used social media during the Covid 19 pandemic.

Social networking sites are a virtual space for expressing their personal opinions and interacting with the various topics presented.

* We found that more than half of the respondents, represented by university teachers during the Covid 19 pandemic, seek to highlight their positions and orientations in order to make them a public opinion that serves society as a whole.

key words:

Public opinion, the Corona pandemic, social media.

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	البسمة
	شكر وعران
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
3-1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
6-5	1- إشكالية الدراسة
6	2- تساؤلات الدراسة
7-6	3- فرضيات الدراسة
8-7	4- أسباب اختيار الموضوع
8	5- أهمية الدراسة
9	6- أهداف الدراسة
14-9	7- تحديد المفاهيم
15-14	8- حدود الدراسة
16-15	9- نوع الدراسة
17	10- مجتمع البحث
19-17	11- عينة الدراسة
21-19	12- أدوات الدراسة

29-21	13- الدراسات السابقة
33-29	14- المقاربة النظرية للدراسة
33	15- الصعوبات
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
81-35	مواقع التواصل الاجتماعي
36	تمهيد
38-37	1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
40-39	2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
42-41	3- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
47-43	4- نماذج مواقع التواصل الاجتماعي
50-48	5- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
51-50	6- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
53-51	7- دوافع التواصل الاجتماعي
55-53	8- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
81-56	الرأي العام
57	تمهيد
58	1- مفهوم الرأي العام
60-58	2- نشأة وتطور الرأي العام
64-60	3- مراحل تكوين الرأي العام
70-64	4- تقسيمات الرأي العام وأنواعه
75-71	5- خصائص الرأي العام
80-75	6- العوامل المؤثرة في الرأي العام

81-80	7- مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام إبان جائحة كورونا.
الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة	
106-83	1- عرض وتحليل وتفسير البيانات الميدانية للدراسة
109-107	2- النتائج العامة للدراسة
113-110	3- مناقشة النتائج الميدانية في ظل الفرضيات
114	خلاصة الفصل
118-116	الخاتمة
130-120	قائمة المصادر والمراجع
	ملاحق

قائمة الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
1	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	83
2	يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن.	84
3	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الشهادات.	85
4	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الرتبة.	86
5	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الكلية.	87
6	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل حول موضوع كوفيد19؟	89
7	يمثل المواقع الأكثر استخداما لدى الأستاذ في تفاعله مع موضوع كوفيد19.	90
8	يمثل طبيعة المواضيع التي تثير اهتمام الأستاذ في مواقع التواصل الاجتماعي والتي لها علاقة بموضوع كوفيد 19.	91
9	يمثل تلقي الأساتذة الجامعيين للمواضيع المتعلقة بجائحة كوفيد 19 في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال منبهات مع توضيح نوعها.	93
10	يمثل كيفية إدراك واستيعاب موضوعات الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	94
11	وجود تعبير للأستاذ عن رأيه في مواقع التواصل الاجتماعي	95
12	العوامل المؤثرة في الرأي الشخصي للأستاذ الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية كوفيد 19.	96
13	في رأيك هل إحداث النقاش والصراع في مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تحديد أفكارك ومفاهيمك حول قضية كوفيد 19؟	97

98	الأنشطة التي يقوم بها الأستاذ الجامعي في مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بقضية كوفيد 19.	14
99	هل تتبنى رأي شخصي من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية كوفيد 19؟.	15
100	إلى أي درجة تؤمن بآراء الجماعة في مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع كوفيد 19؟	16
101	طرق إبرازك لموقفك الفردي وتحويله إلى رأي الجماعة حول قضية كوفيد19؟	17
102	مدى موافقة الأستاذ الجامعي لكون النقاشات على مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام حول قضية كوفيد19.	18
103	مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير موقفك حول قضية كوفيد 19.	19
104	هل سبق لك المشاركة في خلق جدل بين الأفراد حول هذه المشكلة	20
105	مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير موقفك حول قضية كوفيد 19.	21
106	كيف عبرت عن آرائك حول كوفيد 19.	22

مقدمة

شهد النصف الثاني من القرن العشرين طفرة هائلة في تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بظهور شبكة الانترنت وخدماتها المتعددة والمتنوعة وأحدثت العلاقات الاجتماعية بين الأفراد شكلاً آخر عما كانت عليه قبل ظهور الانترنت من حيث سهولة التواصل والتعارف وتقريب المسافات وإلغاء الحدود والمزاوجة بين الثقافات والتغلب على القيود والأنظمة التي تفرضها الدول على وسائل الإعلام التقليدية وقد جعلت هذه الوسائل الاتصالية الحديثة أفراد المجتمع يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي ومكنتهم من الكتابة وإنتاج المضامين المتنوعة وحتى نشرها في تلك الوسائل الحديثة حيث أدى الانتشار الواسع لوسائل وتقنيات الاتصال الحديثة لدى شرائح واسعة من المجتمع إلى سهولة استعمالها من طرف الأشخاص فظهرت العديد من الفضاءات والتقنيات الحديثة التي تتيح إمكانية نشر وبث هذه المضامين دون رقابة أو ضغط من أهمها شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، يوتوب، الواتساب، الأنستغرام، تويتر، والتي هي أهم وسيلة لتحقيق التواصل الإنساني والاستكشافي المعرفي والنقاش المجتمعي.

وقد أضحت مواقع التواصل الاجتماعي من المؤسسات التي تقوم بالدور الفعّال في إكساب عادات وسلوكيات واتجاهات ومواقف وأداة مهمة من أدوات الوعي الاجتماعي والثقافي، نتيجة اختلاف عملية استخدام هذه المواقع عبر العالم من مجتمع إلى آخر، ومن فرد إلى فرد سواءً صغيراً أو كبيراً ولا يقتصر استخدامها على فئة معينة في المجتمع، انطلاقاً من وجود عنصر التبادل والتناقل للمعلومات والمعارف، والتناقل والمشاركة في إحداث صراعٍ مما يشكل نقاش حول مجموعة من القضايا التي تشغل المجتمع، ومن بين هذه القضايا كوفيد 19 التي تعتبر محل دراستنا وقد اعتمدنا على فئة المجتمع والمتمثلة في الأساتذة الجامعيين كونهم الفئة المثقفة والنموذج الذي تتطلع إليهم أنظار الآخرين خاصة طلابهم فالأستاذ الجامعي ينشر مثله مثل الآخرين يتصل ويتواصل ويناقش ويتبنى أفكار وآراء تحدد له رأيه فردياً يمكنه تعميمه ليصبح رأياً عاماً.

جاءت دراستنا لرصد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إبان جائحة

كورونا على فئة من الأساتذة الجامعيين في جامعة جيجل قطب تاسوست في أربع الكليات الأربع وبذلك قمنا بتقسيم دراستنا إلى ثلاث فصول كانت كالآتي:

الفصل الأول:

تناولنا فيه الإطار المنهجي للدراسة، حيث قمنا بالتعريف بموضوع الدراسة وتحديد المشكلة وتسؤلاتها وتحديد فرضياتها، وتحديد أسباب اختيار الموضوع، وتحديد أهمية وأهداف الدراسة وحدودها ومفاهيمها، وعرض الدراسات السابقة، ثم قمنا بعرض الإجراءات المنهجية للدراسة بتحديد مجالات الدراسة والعينة والمنهج والأداة المناسبة لجمع البيانات، كما تم تحديد النظرية المفسرة للدراسة والمتمثلة في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وإسقاطها على النظرية.

الفصل الثاني: ويتمثل في الإطار النظري وتم فيه التعريف بمواقع التواصل الاجتماعي والتطرق إلى نشأتها وتطورها والخصائص والدوافع وأبرز المواقع الذي يضمها بالإضافة إلى أهميتها وإيجابياتها وسلبياتها.

أمّا فيما يتعلق بالرأي العام تطرقنا فيه إلى التعريف به ونشأته ثم مراحل تكوينه وأنواعه وتقسيماته، مروراً بخصائصه وأهميته، ضف إلى ذلك العوامل المؤثرة فيه وعلاقته بوسائل الإعلام.

الفصل الثالث:

اشتمل على الإطار التطبيقي للدراسة وتناولنا فيه تحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة التي تطرقنا فيه خمس محاور، المحور الأول الذي يتضمن البيانات الشخصية للمبحوث، أمّا المحور الثاني فقد تضمن فيه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للأستاذ الجامعي في مرحلة الإحساس والإدراك إبان كوفيد 19، أمّا المحور الثالث فقد تمحور حول استخدام الأستاذ الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة تشكيل الرأي الفردي، أمّا المحور الرابع يدور حول الأساليب التي يعتمدها

الأستاذ الجامعي في تحويل رأيه الفردي إلى آراء الجماعة، أمّا المحور الخامس فقد تمحور فيه توجهات الأستاذ الجامعي في مرحلة صراع رأي الفرد مع آراء الجماعة.

بعد ذلك قمنا بعرض النتائج الأولية للدراسة بعد تفريغ البيانات في جداول وتحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية، ثمّ قمنا بتحليل هذه الجداول لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية ومناقشتها في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل وفرضيات الدراسة والدراسات السابقة وذلك لخدمة أهداف الدراسة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة

يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا الاتصال، تؤثر في العلاقات السياسية والاقتصادية وفي أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة، حيث يعتمد على استثمار هذه التكنولوجيا واستخدامها في تقديم المعلومات على نحو سريع وفعال، بدليل أنه من يحمل المعلومة اليوم، كالذي يمتلك عناصر القوة والهيمنة، فشبكة الانترنت اليوم تغلغت في أوساط المجتمع، في شتى مجالات الحياة، وكان لا بد منها أن تترك أثرا على مختلف الأنظمة الاجتماعية، ما أدى إلى ظهور العديد من الاتجاهات والآراء وحتى الأفكار الجديدة حول مختلف القضايا الراهنة التي قد تكون محض توافق أو تعارض بين الأفراد، وهذا ما يسمى بتشكيل "الرأي العام" الذي شهد تقدما هائلا في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، والتي جعلت الجمهور يتابع كل ما يجري حوله في العالم لحظة بلحظة.

يعدّ "الرأي العام" أحد العوامل المهمّة والمؤثرة في صناعة القرار، باعتباره ثورة للتقنيات التي عصفت بمختلف المفاهيم الإعلامية القديمة وغيرت العديد من البديهيات الثابتة في المقروء والمسموع والمرئي، حيث خلقت جمهورا متفاعلا وشكلت رأيا عاما هزّ عرشها وأسقط حكومات عديدة لم يتوقع أحد اختيارها عن طريق تغريده أو هاشتاغ لمواطنين عاديين يجلسون في منازلهم أو بالمقاهي، أو حتى أثناء ممارسة وظائفهم اليومية، وذلك عبر وسائط التواصل الاجتماعي الذي باتت اليوم ركيزة من ركائز الحياة اليومية، ودخلت حياة كل فرد في المجتمع، فمنهم من استقبل هذه التكنولوجيا فاتحا لها بابه ومنهم من أغلق الباب في وجهها غير آبه لكل ما تقدمه من تسهيلات، وأيّا يكن في الأمر فإنّ هذه الظاهرة تتوسّع في العالم يوما بعد يوم، إذ أصبحت تشكل رافدا أساسيا في تعزيز الديمقراطية أو في زعزعة الأمن والاستقرار نتيجة قدرتها على التأثير في تشكيل الرأي العام.

فإن شبكات التواصل الاجتماعي لم تبقَ رهينة فئة محددة من أفراد المجتمع، بل تنامت وتساعدت في أوساط التعليم والبحث العلمي، لاسيما أساتذة وطلبة الجامعات الذين أدركوا أنّ

وسائل الإعلام التقليدية لم تعد تؤدي دورها المنوط بها، وغير قادرة بمفردها على تحقيق وإشباع رغباتهم وحاجاتهم ودوافعهم المعرفية، ممّا فتح المجال أمام الباحثين لدراسة ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في تشكيل الآراء داخل الوسط الجامعي وخارجه، لأنّها تعالج مواضيع ومضامين تّمس جميع نواحي الحياة سواء كانت علمية وثقافية، أم سياسية واقتصادية؛ ويعدّ الأستاذ الجامعي عنصرا بارزا في تحريك الرأي العام الجزائري داخل الوسط الجامعي وخارجه؛ من خلال الطرح السابق، وتمحيصنا للقضايا المتداخلة نخلص إلى تساؤل جوهري مفاده: كيف يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إبان جائحة كورونا؟.

2-تساؤلات الدراسة

كيف يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة الإحساس والإدراك بموضوع كوفيد 19؟.

- هل يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة تشكيل الرأي الفردي؟.
- ما هي الأساليب التي يعتمدها الأستاذ الجامعي في تحويل رأيه الفردي إلى آراء الجماعة؟.
- ما هي توجهات الأستاذ الجامعي في مرحلة صراع رأي الفرد مع آراء الجماعة؟.

3- فرضيات الدراسة

- * يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة الإحساس والإدراك بموضوع كوفيد 19 وذلك من خلال تعرضه لموضوعات متعلقة بموضوع الكوفيد من خلال منبهات.
- * يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة تشكيل الرأي الفردي إبان جائحة كوفيد 19 وذلك من خلال تداخل العامل النفسي الذي يؤدي إلى تحديد المفاهيم.

* الأساليب التي يعتمد عليها الأستاذ الجامعي في تحويل رأيه الفردي إلى آراء الجماعة إبان جائحة كورونا 19، تتمثل في القيام بالأنشطة المتعلقة بالكوفيد والمشاركة في النقاشات المفتوحة.

* توجهات الأستاذ الجامعي في مرحلة صراع رأي الفرد مع آراء الجماعة غالباً ما تكون لدرجة متوسطة وذلك من خلال الإشتراك في الصفحات والإطلاع عليها وتبادلها حول موضوع كوفيد 19.

4- أسباب اختيار الموضوع:

يمكن القول أن لكل باحث في العلوم الإنسانية، أو في التخصصات الأخرى كعلوم الإعلام والاتصال على سبيل المثال أسباب تحفزه على دراسة موضوع معين ومنها قد تكون أسباب ذاتية ترجع إلى رغبة الباحث أو أسباب موضوعية تعود إلى الواقع الاجتماعي، فتكون دوافع محفزة لاجتياز موضوع الدراسة ومن بين اجتياز الموضوع أهمها:

أ- أسباب ذاتية:

أ- الميل والفضول إلى معرفة الكثير عن هذا الموضوع وفك غموضه والتعمق فيه.

ب- اهتمامنا الزائد بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة في ظل تفشي فيروس كوفيد 19.

ج- ارتباط الموضوع الدراسة بالقصص.

د- توفر المصادر والمراجع حول هذا الموضوع.

هـ- الرغبة في معرفة سر اهتمام الجمهور عامة والأستاذة خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة ميولاتهم وتوجهاتهم لأهم المواقع والتطبيقات المتواجدين فيها.

ب- أسباب موضوعية:

أ- زيادة الدراسات العلمية المتخصصة في هذا الموضوع.

- ب- حداثة الموضوع إذ يرتبط موضوع الدراسة بالتكنولوجيا المعاصرة.
- ج- الوصول إلى نتائج جديدة لم يصل لها الباحثين السابقون.
- د- جدية الدراسة بجائحة كورونا.
- هـ- التعرف على مدى تفعيل تقنية التعليم عن بعد بين الأساتذة الجامعيين والطلبة.

5- أهمية الدراسة:

تتميز أهمية الدراسة فيما يلي:

- 1- أنّها تعني بدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الأساتذة الجامعيين خلال فترة كورونا.
- 2- استمرار البحث لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة خلال جائحة كورونا كبديل للوسائل التقليدية.
- 3- إنّ مواقع الاجتماعي كبديل للإعلام القديم من حيث تولد الأفكار وتبادلها ومعرفة طرق جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين الطلبة والأساتذة الجامعيين من الجوانب المعرفية.
- 4- قلة الدراسات الإعلامية بحسب علم الباحث والتي كشفت عن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في تشكيل الرأي العام لدى الأساتذة الجامعيين في فترة كورونا.
- 5- تكمن أهمية الدراسة من خلال محاولاتها للوصول إلى تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في الرأي العام والكشف عن نقاط القوة أو الضعف التي تعكسها هذه المواقع.

6- أهداف الدراسة

تبرز أهداف الدراسة فيما يلي:

- 1- تقييم دور وفعالية مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما في ظل جائحة كورونا.
 - 2- إظهار أهم التأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، الأنستغرام، الواتساب... على سلوكيات الطلبة والأساتذة الجامعيين.
 - 3- التعرف على سمات وملامح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
 - 4- معرفة كيفية استخدام الأساتذة والطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - 5- معرفة المضامين التي يتداولها الأساتذة الجامعيين في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة أيام جائحة كورونا.
 - 6- الخروج باقتراحات وتوصيات تسهم في تطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة العلمية والعملية بالعمل بالإيجاب في تشكيل الرأي العام.
 - 7- البحث عن الآثار المترتبة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأساتذة الجامعيين وتأثيرهم على الرأي العام.
- 7- تحديد المفاهيم:

إنّ تحديد المفاهيم والمصطلحات شرط أساسي من شروط البحوث الإنسانية والاجتماعية، فهي التي تسهل معرفة المعاني والأفكار للقارئ نظراً لتشعبها في دلالاتها هذه الخطوة التي تمثل الركيزة التي يعتمد عليها الباحث في دراسته، لذلك سنقوم بتحديد مجموعة من المفاهيم التي تناولها موضوع دراستنا وهي كالآتي:

1- مفهوم الاستخدام

لغة : من استخدم، استخدما أي الشخص خادما أي يخدمه خدمة فهو خادم وخدام له، ومصدره استخداما، أما في اللغة الفرنسية فنجد كلمة استخدام بمعنى استعمال وتوظيف⁽¹⁾.

اصطلاحا:

يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة الأولى مفهوما واضحا وبسيط المعنى غير ذي حاجة أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني الداخلة في تركيب تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الغموض الذي يحيط اللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة السلوكيات والمظاهر⁽²⁾.

التعريف الإجرائي

هو سلوك يتكرر بشكل منتظم ولا يتطلب أي تفكير وقيمة الاستخدام يتم تحديدها من قبل الظروف الطبيعية جيدة لتلبية الحاجة يقال فلان إستخدم الكمبيوتر أي قام بالوصول إلى حاجياته.

2- مواقع التواصل الاجتماعي

تعريفها:

تتعدد التعاريف حول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ومن التعاريف الأكثر شيوعاً لدى الباحثين نجد بأنها مواقع إلكترونية، تقدم خدمات اجتماعية لمشاركتها لأغراض التواصل الإنساني

(1) ابن منظور، لسان العرب. ج2. القاهرة: دار صادر، دار المعارف، 1884، ص658.

(2) مريم نزيان، نومار، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، باتنة: كلية الإعلام والاتصال، (2011_2012)، ص6.

والاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء وتبرمجها لخدمة تكوين صداقات، أو البحث عن هوايات واهتمامات مشتركة، وصور وأفلام وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتداولونها فيما بينهم⁽¹⁾.

كما عرفها "ماهر عودة الشمايلية: "بأنها مجموعة من المواقع الالكترونية التي تتيح للمشاركين إنشاء مواقع خاصة بهم ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الميول والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية"⁽²⁾.

وتعرف أيضا عند "محمد منصور": "بأنها شبكة مواقع فعّالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء ببعضهم البعض وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والمعلومات وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقات الاجتماعية"⁽³⁾.

كما عرفها الباحثين "نصر الدين جابر، سهيلة بومعزة": "على أنّها مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تشبع التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم، حسب مجموعات اهتمام أو شبكات الانتماء، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يشيعونها للعرض"⁽⁴⁾.

(1) حفيفة، لعور، رانيا، عياشي، "استخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، (2018/2017)، ص35.

(2) ماهر عودة، الشمايلية، [وآخرون]، الإعلام الرقمي الجديد. ط1. (جامعة جيجل، دار الأنصار العلمي، 2015)، ص200.

(3) محمود، منصور، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة لمواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، الدانرك، الأكاديمية العربية المفتوحة، 2013، ص10.

(4) جابر، نصر الدين، سهيلة، بومعزة، "شبكات التواصل الاجتماعي عن منصور نفسي"، ملتقى شبكات التواصل الاجتماعي، (بسكرة: جامعة محمد خيضر، يومي 09 و10 سبتمبر 2012)، ص12.

التعريف الإجرائي

هي مجموعة تطبيقات وبرامج التي تعتمد على شبكة الانترنت العالمية لتسهيل التواصل والاتصال بين مستخدمي الشبكة، بالإضافة إلى تبادل المعلومات من خلال وسائط وأجهزة مختلفة ومتعددة وذكية كالكومبيوتر وأجهزة الهواتف المحمولة لتحقيق حاجات ودوافع الأفراد المختلفة سواءً كانت اجتماعية أو ثقافية أو ترفيهية....

3- تعريف الرأي العام

أ- لغة:

تستخدم مفردة "الرأي العام" للدلالة على معانٍ متعددة أهمها: النظر العقلي لأجل المعرفة، أو ما يتوصل إليه العقل من اعتقاد بعد تمحيص ونظر أو حكم حول مسألة ما.

المعنى اللغوي لمفردة "الرأي":

إنّ مفردة الرأي تعني نظر بالعين أو العقل والثاني هو المقصود كما يتضمن كذلك معنى الترجيح والاعتقاد، ويحمل كذلك معنى التأمل والنظر العقلي والرؤية بالعين تتعدى إلى مفهومين هما: التفكير والمعالجة العقلية، والرأي كذلك هو اعتقاد النفس أحد النقيضين عن غلبة الظن.

المعنى اللغوي لمفردة "العام":

تشتق مفردة "العام" من الجذر اللغوي "عمم" ومنه يقال شيء عمم أي تام، وعمّم الأمر أي شملهم الأمر يقال عمّم بالعطية، ورجل معمم أي يعم القوم بغيره والعامه خلاف الخاصة وقبل الجماعة من الحي، وقيل الخلق الكثير، عامة الناس جموعهم⁽¹⁾.

(1) حلاق، بطرس. الرأي العام وطرق قياسه. الجامعة الافتراضية السورية، تدقيق: جمعه، حجازي، أمل، ذكك، سميرة، شيخاني، 2020، ص16.

ب- اصطلاحا:

بالرغم من أنّه لا يوجد تعريف عام متفق عليه للرأي العام فقد تكرر استخدام هذا التعبير لدرجة أنّه كل إنسان يمكنه أن يفهم المقصود منه".

يعرفه "ليم البيج": "أنّه تعبير عن موضوع معين يكون محل مناقشة من جماعة ما"⁽¹⁾.

كما عرفه "أحمد بدر فيري": "أنّه اتفاق ضمني أو توافق قسط معين من المجتمع يمثل درجة من الأهمية على مواجهة مشكلة معينة بطريقة معينة"⁽²⁾.

وفي تعريف آخر يرى "ليونارد دوب": "أنّ الرأي العام هو ميول الناس اتجاه قضية معينة عندما يكونون أعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية وقد يصل الناس إلى تكوين رأيهم العام عن طريق النقاش، فالرأي العام عنده ناتج عن ضرب الآراء الفردية ببعضها البعض أي حصيلة الآراء الفردية المشتركة والتي تشكل رأي الجماعة"⁽³⁾.

كما يعرفه الدكتور "إبراهيم إمام": "بأنّه الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم وتتعلق بمصلحة من المصالح المشتركة بينهم"⁽⁴⁾.

التعريف الإجرائي

عبارة عن مجموعة من الأفراد يكونون فكرة أو حكم على قضية معينة ومناقشتها وفقا لمعتقداتهم سواء كانت صحيحة أو خاطئة في مجتمع محلي وتخص أعضاء أو أمة تشترك في الرأي رغم

(1) خليل إبراهيم، رسول، سيكولوجية الرأي العام وطرق قياسه، (بغداد: دار الحرية، 1986)، ص 19.

(2) أحمد، بدر، الرأي العام طبيعة تكوينية. ط2. (القاهرة: مكتبة أنجلو مصرية، 1987)، ص 27.

(3) عزام، أبو الحمام، الإعلام والمجتمع. (الأردن، عمان: أسامة للنشر والتوزيع)، ص 139.

(4) مهنا، محمود نصر، مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير. ط2. (مركز الإسكندرية للكتاب، جامعة أسيوط، 2008)، ص 92.

تباينهم الطبقي أو الثقافي أو الاجتماعي.

8- حدود الدراسة

*الحدود المكانية:

ويقصد به المكان الذي تمت فيه الدراسة بالتحديد بجامعة محمد الصديق بن يحيى التابعة لبلدية الأمير عبد القادر، المنطقة العمرانية تاسوست، الواقعة بولاية جيجل، يحدها من الشمال السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست ويحدها من الغرب مدينة جيجل، أما من الجهة الجنوبية فتحدها مقبرة تاسوست، هذا وتقدر مساحتها بحوالي 93.5 هكتار.

وبموجب قرار وزاري مشترك مؤرخ في 24 أوت 2004، تم إنشاء القطب الجامعي بتاسوست التابع إدارياً ومالياً لجامعة جيجل، وقد فتحت أبوابها في 22 شعبان 1428 الموافق لـ 4 سبتمبر 2007.

*الحدود البشرية:

ويقصد بالمجال البشري أساتذة جامعة محمد الصديق بن يحيى "فرع تاسوست" وقد بلغ عدد الأساتذة ما يقارب 1500 أستاذ وتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في الأساتذة الجامعيين الدائمين في كل الكليات الأربعة للجامعة بمعنى "كلية الآداب واللغات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية كلية التسيير والعلوم الاقتصادية موزعين كالتالي:

- أساتذة كلية الآداب واللغات = 151.

- أساتذة كلية الحقوق والعلوم الإنسانية = 118.

- أساتذة كلية التسيير والعلوم الاقتصادية =152.

-أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية =96.

*الحدود الزمانية:

انطلقت دراستنا هذه من 19 مارس 2021 بعد المصادقة على عنوان الدراسة من الأستاذة والإدارة، ومن تلك الفترة إلى غاية 4 أبريل قمنا بجمع أهم المراجع والمصادر والدراسات السابقة التي تساعدنا في دراستنا هذه ومنذ ذلك الوقت إلى غاية 10 أبريل قمنا بإنجاز الإطار المنهجي للدراسة والذي يعد الأهم في أي دراسة، يأتي بعد ذلك الإطار النظري الذي يحتاج إلى تعدد وتنوع في المراجع وقمنا بإنجازه في الفترة الممتدة من 10 أبريل إلى غاية 20 ماي 2021، ومن 25 ماي قمنا بإنجاز الاستمارة النهائية من أجل توزيعها على أفراد عينة الدراسة، ولهذا وجب علينا الذهاب إلى كل كلية مذكورة سابقا وهي كلية الأدب والحقوق والتسيير والعلوم الإنسانية من 30 ماي إلى 16 جوان قمنا بتوزيع الاستمارات وبعد ذلك وكتكملة للعمل النهائي للاستمارة قمنا بتوزيع البيانات وتبويبها في جداول والوصول إلى النتائج وتحليلها حيث أخذت هذه المرحلة وقت كبير حيث امتدت من 17 جوان إلى غاية 25 من نفس الشهر، أما من 26 جوان إلى غاية 10 جويلية فخصصنا هذه المرحلة من أجل مراجعة الدراسة والبحث عن الأخطاء إن وجدت ووضع آخر اللمسات قبل تسليم المذكرة

9- نوع الدراسة ومنهجها

يرتبط تحديد الأسلوب أو المنهج العلمي الذي يستخدمه ويطبقه الباحث لدراسة ظاهرة أو مشكلة معينة بموضوع أو محتوى الظاهرة قيد الدراسة، كما يعد الاختيار الجيد للمنهج من أسباب نجاح والقيام ببحث جيد وتوصل إلى نتيجة عامة وحقيقية صادقة، باعتبار أنّ المنهج هو مجموعة من الطرق والأساليب التي تساعد الباحث في تحليل وتنظيم وتنسيق المهام، ومن أجل الوصول إلى نتيجة،

فالمنهج هو الطريق الذي يربط بين مشاكل الواقع وتصور الباحثين⁽¹⁾.

وعلى اعتبار دراستنا تدرج ضمن الأبحاث الوصفية التي تهدف إلى التحليل والتفسير العلمي وهذا من خلال القيام بجمع المعلومات والبيانات الخاصة بمشكلة الدراسة وتفسيرها وتحليلها وإخضاعها لقواعد علمية ودقيقة، وبما أنّ دراستنا تتمحور حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام واستنتاجنا لرأي الأساتذة الجامعيين، فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي لأنه هو الأكثر ملائمة لمشكلة الدراسة لأنه يهتم بدراسة الظواهر والأحداث من حيث خصائصها وأشكالها والعوامل المؤثرة في ذلك، فهو يدرس حاضر الظواهر والأحداث عن طريق توصيفها مع الجوانب والأبعاد بهدف استخلاص الحلول وتحديد الأسباب قصد الوصول إلى نتائج وتعميمها في فهم الواقع وتطويره⁽²⁾.

ويستخدم المنهج الوصفي في العلوم الإنسانية والاجتماعية بشكل واسع حيث يقوم على أرصد ومتابعة الظاهرة أو الحدث بدقة، وبطريقة كمية ونوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظروف والعوامل التي أدت بحدوث ذلك، للوصول إلى نتائج تساعد في فهم الواقع وتطويره.

كما يهدف هذا المنهج إلى تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها، وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف علمي متكامل للمشكلة يقوم على الحقائق المرتبطة بها⁽³⁾.

(1) كمال، الدشلي، منهجية البحث العلمي. (منشورات جامعة عمان : مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016)، ص 61.

(2) وائل، عبد الرحمان، عيسى محمد، قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2007)، ص 48.

(3) مصطفى محمد، أبو بكر، أحمد عبد الله، اللحلح، "منهج البحث العلمي"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، الإسكندرية، الدار الجامعة، 2009،

10- مجتمع البحث

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإنسانية والاجتماعية وهي تتطلب من الباحث الدقة البالغة في تحديد الجمهور التي تستهدفه مشكلة الدراسة، يواجه الباحث عند شروعه بالقيام ببحثه تحديد نظام العمل، أي يجب على الباحث أن يوضح مواصفات هذا المجتمع وتحديد حكمه.

حيث يعرف مجتمع الدراسة بأنه كلّ الوحدات التي تتوفر فيه خصائص الظاهرة المدروسة والتي يريد الباحث منها استخلاص نتائج عنها.

انطلاقاً من موضوع الدراسة المتمثل في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، تمّ تحديد مجتمع الدراسة الذي سنجري عليه الدراسة التطبيقية والذي تتمثل في أساتذة جامعة جيجل القطب -تاسوست- والذي يتوزعون على أربع كليات وهي: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية الآداب واللغات وكلية الحقوق والعلوم السياسية وكلية التسيير والاقتصاد⁽¹⁾.

11- العينة

يعتبر اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل الهامة للبحث، ومما لا شك أنّ الباحث يفكر في اختيار العينة مع تحديد مشكلة البحث وأهدافه لأنّ طبيعة دراسة مشكلة تعتمد على خطة للتنفيذ واختيار الأدوات، كما يمكن تعريف العينة على أنّها مجموعة الوحدات المستخرجة من المجتمع الإحصائي بحيث تكون ممثلة بصدق لهذا المجتمع⁽²⁾.

ويعرفها "محمد عبد الحميد" العينة "على أنّها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتم التعامل معها من طرف الباحث منهجياً ويسجل في هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط

⁽¹⁾ محاضرة عن اختيار عينة البحث إلى منهجية البحث، البث 6 أبريل 2021، الساعة 20:11 (site/plateforme pédagogique de l'université Sétif 2).

⁽²⁾ فايزة، كموش، فتيحة، مشحود، "دور القنوات الجزائرية الخاصة في تعزيز الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والتسويق، 2017-2018، ص26.

في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع⁽¹⁾. وبالنظر إلى عدة عوامل منها مجتمع البحث، مجال الدراسة وطبيعة الموضوع، ومنه فالباحث الاجتماعي غير مخير في انتقاد نوع عينة بحثه، وإنما العامل الفعّال في ذلك هو طبيعة المجتمع المدروس وليس رغبته في اختيار عينة معينة وسهولة تطبيق نوع معين من العينات⁽²⁾، وعلى هذا الأساس اعتمدنا في دراستنا على العينة التطبيقية التي تستخدم عندما يكون مجتمع البحث مكوّن من مجموعات غير متجانسة، حيث يقوم الباحث بتصنيف مجتمع البحث إلى طبقات وفقاً للفيئات التي يتضمنها مجتمع معين أو عدة شعيرات ثمّ اختار وحدات عينة البحث اختياراً عشوائياً من كل طبقة وقد قمنا باختيار العينة التطبيقية، لأنّها الأداة الملائمة لطبيعة موضوع دراستنا وكذلك لصعوبة إجراء مسح شامل على كل الأساتذة الجامعيين، وهذا نظراً لصعوبة إيجاد الأساتذة والتواصل معهم⁽³⁾.

وفي هذا النوع من العينات يتم إعطاء فرص متساوية للوحدات في المجتمع، بحيث وأنّ نوع هذه العينة لا تحمل الفروق والطبقات وفيها يتعين علينا أن نأخذ من كل فئة بالقدر الذي تمثله في المجتمع. كما يعرفها موريس أنجرس: "بأنّها صنف من المعاينة الاحتمالية الذي ينطوي على الفكرة إنّ هناك خاصية أو عدّة خصائص تميّز عناصر مجتمع البحث والتي لا بد من أخذها بعين الاعتبار من قبل الانتقاء، يسمح هذا بإنشاء مجموعات صغيرة أو طبقات ما سيكون لها بعض التشابه وأن كان هنا يتميّز في نفس الوقت عن المجموعات الأخرى⁽⁴⁾".

وعليه فقد قمنا باختيار عينة بالدراسة على الأساتذة الجامعيين وفقاً لمكان تدريسهم في الكليات الأربع، بجامعة جيجل القطب تاسوست، ولقد قدر عددهم بـ:

(1) محمد، عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. (مصر: عالم الكتب، 1993)، ص 133.

(2) معن، خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع. (عمان: دار الشروق، 2004)، ص 195.

(3) محمد عبد المعال، نعيمة، تصميم وتحليل التجارب في البحث العلمي. (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017)، ص 104.

(4) موريس، أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون. (الجزائر: دار القصة للنشر، 2004)، ص 304.

- الأساتذة في الكلية الآداب واللغات: 151 أستاذ.
 - الأساتذة في كلية الحقوق والعلوم السياسية: 198 أستاذ.
 - الأساتذة في كلية التسيير والعلوم الاقتصادية: 152 أستاذ
 - الأساتذة في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: 96 أستاذ.
- ومنه تحصلنا على عدد إجمالي لمجتمع البحث المقدر ب: 517 أستاذ

حجم العينة: 84.

*توزيع العينة حسب الطبقات

$$84 \times \frac{\text{حجم الطبقة}}{\text{حجم مجتمع البحث}}$$

- 1- أساتذة كلية الآداب واللغات: $25 = 84 \times \frac{151}{517}$
- 2- أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية: $19 = 84 \times \frac{118}{517}$
- 3- أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: $15 = 84 \times \frac{96}{517}$
- 3- أساتذة كلية التسيير والعلوم الاقتصادية: $25 = 84 \times \frac{152}{517}$

12- أدوات جمع البيانات:

تتعدد الأدوات التي تستخدم في عملية جمع البيانات والمعلومات، وذلك للإجابة عن أسئلة البحث والتحقق من فرضياته، فقد يستخدم الباحث أداة واحدة أو أكثر من أداة بحث، ويتوقف ذلك على طبيعة مشكلة البحث وأسئلتها وفرضياتها لهذا يجدر بالباحث أن يحدد بشكل مسبق

نوعية الأداة ومكوناتها التي تتجاوب مع نوعية البيانات والمعلومات المطلوبة لمعالجة البحث⁽¹⁾.

واستنادا لموضوعنا المتمثل في "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام" ارتأينا الاستعانة بأداة جمع بيانات واحدة والمتمثلة في استمارة استبيان كأداة رئيسية للدراسة.

الاستبيان:

عبارة عن محاور تحوي مجموعة من الأسئلة التي يقاس بها توجهات وآراء وانطباعات وكذلك اهتمامات الفرد أو المبحوث في الدراسة بهدف الوصول إلى نتائج للدراسة المطروحة والكشف عن حقيقة المشكلة المطروحة أولا.

تعتبر الاستمارة أداة هامة في الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة⁽²⁾، كما أنّها عبارة عن إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات والحقائق التي تتعلق بآراء وتوجهات الجمهور حول موضوع معين، الهدف الرئيسي للاستبيان هو الحصول على بيانات واقعية وليس مجرد انطباعات وآراء هامشية⁽³⁾، إضافة إلى ذلك أنّها مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة.

"الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير مجتمعين في مكان واحد"⁽⁴⁾.

اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة استبيان وزعت على كافة مفردات العينة وحاولنا فيها

(1) عدنان حسين، الجادري، يعقوب، عبد الله أبو حلو، الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في بحوث العلوم التربوية والإنسانية. (الأردن: إثناء للنشر والتوزيع، 2009)، ص 111.

(2) مرزاق، بلبال، "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019، ص 30.

(3) جهاد، بوزيدي، ظافري، عتيقة، "استخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي والإشباع منها"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، ص 23.

(4) أحمد، بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2003)، ص 286.

قدر الإمكان أن تكون الأسئلة مباشرة وسهلة تخدم دراستنا، حيث مرت الاستمارة بمراحل عدة أولها النظر في الجانب النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة للاستفادة منها ثم صياغة الأسئلة، وقد قسمت الاستمارة إلى أربعة محاور رئيسية وهي كالآتي:

*** المحور الأول:** يتضمن البيانات الشخصية فقد شملت ستة أسئلة.

*** المحور الثاني:** اشتمل على مجموعة من الأسئلة التي تدور حول استخدام الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة الإحساس والإدراك بموضوع كوفيد 19.

*** المحور الثالث:** يشتمل كذلك على أسئلة تدور حول استخدام الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة تشكيل الرأي الفردي.

*** المحور الرابع:** يشمل على أسئلة في إطار الأساليب التي يعتمدها الأستاذ الجامعي في تحويل رأيه الفردي إلى آراء الجماعة.

*** المحور الخامس:** يتضمن أسئلة تدور حول توجهات الأستاذ الجامعي في مرحلة صراع رأي الفرد مع آراء الجماعة.

13- الدراسات السابقة

1- الدراسات الجزائرية

الدراسة الأولى:

دراسة بن أمها في مراد المعنونة بـ "دور الفاييسبوك في تشكيل الرأي العام حول الحراك الشعبي بالجزائر 2019" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال سنة 2019.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في العلاقة بين الفاسبوك من جهة وتشكيل الرأي العام من جهة أخرى نحو الحراك الشعبي الجزائري 2019، تحت تساؤل رئيسي "ما هو الدور الذي يلعبه الفايسبوك في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعة المسيلة حول الحراك الشعبي 2019 في الجزائر؟".

أهداف الدراسة:

- 1- معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في تشكيل الرأي العام حول الحراك الشعبي سنة 2019 لدى طلبة جامعة المسيلة.
- 2- معرفة المضامين التي يتداولها طلبة جامعة المسيلة في مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وخاصة أيام الحراك.
- 3- معرفة مدى مساهمة موقع فايسبوك للتواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.
- 4- التعرف على مدى الاستفادة التي يحققها طلبة الجامعة بالمسيلة من مواقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك".
- 5- توضيح إيجابيات وسلبيات موقع "الفايسبوك" وتأثيره في الرأي العام لدى طلبة الجامعات بالمسيلة.
- 6- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى طلبة جامعة المسيلة.

نتائج الدراسة:

- 1- أنّ أغلب الطلبة يستخدمون بصفة شبه منتظمة لمنصة الفيسبوك حيث يقدر المتوسط الحسابي لمدة استخدامهم للفايسبوك مدة ساعة واحدة يوميا، وغالبيتهم ليسوا حديثي الاستخدام ونصفهم يمتلكون أقل من 50 صديق، في حين يستخدم أغليبتهم (88.6) الهاتف المحمول للولوج

إلى حسابهم في فيسبوك بأسماء مستعارة وبيانات مختلطة وبجساب واحد، وقد كانت عملية التصفح أكثر في الفترة الليلية بالمنزل العائلي.

2- كانت أهم دوافع الطلبة من خلال استخدام الفايسبوك هو الدافع الإجباري من خلال الاطلاع على الأخبار أو ما تعرضه وسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية الأخرى بالإضافة إلى دافع الفضول المتمثل في حب الاستطلاع ومواكبة التطور التكنولوجي والتعرف على آراء وثقافات الآخرين والتواصل معهم وكذلك الدافع الترفيهي للحصول على المتعة والتسلية وقضاء وقت الفراغ ونشر اليوميات والهروب من ضغوط الحياة اليومية ومشكلاتها.

3- نصف الطلبة (53%) تابعوا الفيسبوك بانتظام خلال فترة الحراك الشعبي وذلك لتضمنه معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون و60% منهم يتحفظون على مصداقية كل ما ينشر فيه و 58% منهم يتأكدون من صحة ما ينشر من معلومات على الفيسبوك بالإضافة إلى 41% من الطلبة قد تابعوا المجموعات والصفحات التي هم مشركون فيها.

4- نصف الطلبة يوافقون على أنّ دور المناقشات على الفيسبوك وسيلة جديدة لتشكيل الرأي العام لديهم وثلاثهم قد غيروا مواقفهم اتجاه القضايا المطروحة من خلال تلك المناقشات وحوالي نصفهم 47% يثقون في المعلومات التي تنشر في الفايسبوك بدرجة متوسطة.

التعليق:

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في جزء من الإطار النظري ولكن بشكل خاص حيث تناولت دور الفيسبوك في تشكيل الرأي العام في قضية من القضايا وهي قضية الحراك الشعبي في الجزائر سنة 2019، وقد استخدمت نفس المنهج وهو المنهج الوصفي ونجد كذلك نفس أداة جمع البيانات وهي

الاستبيان.

أوجه الاختلاف:

نجد أنّ الاختلاف عن دراستنا في هذه الدراسة هو أنّ هذه الأخيرة انحصرت على الطلبة كعينة وموقع "الفيسبوك" كأمّودج، كما درست دور موقع الفيسبوك في تشكيل الرأي العام حول الحراك الشعبي سنة 2019، بينما دراستنا تحمل في طياتها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ككل في تشكيل رأي الجمهور والأساتذة الجامعيين كعنصر فعّال في هذه الدراسة وخاصة إيّان جائحة كورونا بهدف تقييم دور وفعالية هذه المواقع في ظل هذه الجائحة.

الدراسة الثانية:

دراسة حفيظة لعور ورائية عياشي "مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بتخصص اتصال وعلاقات عامة، بجامعة محمد الصديق بن يحيى -بجيجل- للسنة الجامعية 2018/2017، المعنونة تحت ضمن "استخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة بجامعة جيجل -قطب تاسوست" تمحورت حول التساؤل الرئيسي كالتالي: ما هي الاستخدامات الأساتذة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟.

أهداف الدراسة:

- معرفة أنماط ودوافع استخدام الأستاذ الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة الإشباعات المحققة من استخدام الأستاذ الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي باكتشاف ماهيتها، أنواعها، إيجابياتها وسلبياتها.
- تحديد واقع استخدام وتوظيف الأستاذ الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

- التعرف على مجالات استفادة الأستاذ الجامعي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها:

- أنّ أغلبية الباحثين أحيانا ما تحقق لهم مواقع التواصل الاجتماعي إشباعا ورغبات معينة كما تحقق لبعضهم إشباعا معرفية متمثلة في شتى المجالات.

- كما أكدت الدراسة أنّ الأغلبية العظمى من الباحثين لديهم الرغبة في مواصلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- توصلت الدراسة إلى أنّ أغلب الأساتذة الجامعيين يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

التعليق:

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة ودراستنا في الإطار النظري من منطلق أنّه هناك تشابه من حيث المتغيرات حيث تناولت كذلك "مواقع التواصل الاجتماعي" كما اعتمدت كذلك على نفس المنهج الوصفي في الدراسة إضافة إلى نفس الأداة لجمع البيانات وهي الاستبيان أو الاستمارة.

أوجه الاختلاف:

كما نجد الاختلاف في هذه الدراسة مع دراستنا من منطلق أنّ هذه الدراسة اهتمت بمعرفة العلاقة بين الأساتذة الجامعيين ومواقع التواصل الاجتماعي في حين دراستنا اهتمت فقط بمعرفة كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إبان جائحة كورونا كقضية فعالة في هذا

الموضوع.

2- الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

دراسة كل من عبد الكريم الدييسي وزهير ياسين الطاهات المعنونة بـ "دور شبكات التواصل الاجتماعي تشكل في العالم العربي رافدا أساسيا لتعزيز الديمقراطية أو في زعزعة الأمن والاستقرار نتيجة لقدرتها على التأثير وتشكيل الرأي العام، وقد غدت هذه الشبكات قوة متصاعدة بين فئات الشباب الأردني، لاسيما طلبة الجامعات هذا ما فتح المجال أمام الباحثين لدراسة ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في تشكيل الآراء في الجامعات الرسمية والخاصة في الأردن.

أهداف الدراسة:

1- التعرف على مدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بين طلبة الجامعات الأردنية ومعدلات استخدامها.

2- معرفة مدى الحرية المتاحة للطلبة في استخدام هذه الشبكات كأدوات للتعبير عن الرأي.

3- الكشف عن مدى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها كمصادر للأخبار والمعلومات في متابعة مجريات الأحداث الوطنية والعربية والدولية.

نتائج الدراسة:

وقد توصل الباحثان عبد الكريم علي الدييسي وزهير ياسين الطاهات إلى أنّ [97%] من الطلبة الأردنيين يستخدمون الانترنت، واحتل الفيسبوك الصدارة [83%] وهو ما يؤكد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية وذلك

من خلال نشر أخبار ومعلومات تأثر في تشكيل الرأي العام كان بعضها إيجابيا مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء والبعض الآخر سلبيا مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي والتشكيك فيما تبثه وسائل الإعلام الوطنية.

التعقيب:

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في الإطار النظري وفي موضوع الدراسة الذي يتناول موضوع شبكات التواصل الاجتماعي والرأي العام، والاعتماد على المنهج الوصفي كما استخدمت نفس الأداة المتمثلة في الاستبيان كأداة لجمع البيانات، إضافة إلى ذلك فإنّ هذه الدراسة تشترك مع دراستنا في تناولها نفس المتغيرين وهما مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام.

أوجه الاختلاف:

يتجلى الاختلاف وموضوع دراستنا من حيث أنّ هذه الدراسة درست دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية في حين دراستنا درست استخدامها في تشكيل الرأي العام لدى الأساتذة الجامعيين إبان جائحة كورونا، كما تختلف كذلك عن دراستنا في كونها درست الأساتذة الجامعيين واستغلالهم لشبكة التواصل الاجتماعي في حين هذه الدراسة تناولت أو درست الطلبة الجامعيين ودور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأيهم العام.

الدراسة الثانية:

دراسة الباحث "رأفت مهند عبد الرزاق" تحت عنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي" دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق بجامعة البتراء الأردنية قسم الصحافة والإعلام على عينة من طلبة بعض الجامعات وقد انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية

التالية:

"هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية" انطلاقاً من أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في طرح القضايا المعاصرة.

أهداف الدراسة:

- معرفة مدى مشاركة الإعلام الجديد ممثلاً بمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين في كل من جامعات الموصل والأنبار.
- معرفة درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في طرح القضايا المعاصرة التي تهم المجتمع.
- البحث بالآثار المترتبة على استخدام المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعة وتأثيرهم على الرأي العام للجماهير (التغذية الراجعة).
- الخروج باقتراحات وتوصيات تساهم في تطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية بالعمل إيجاباً على تشكيل الاتجاهات السياسية للطلبة العراقيين.

نتائج الدراسة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي.
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضاياهم الشباب الجامعي في التأثير على سلوكيات السياسة والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وانعكاسه على الشارع السياسي العراقي.

تعقيب:

أوجه التشابه:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في ضمنها لأهم متغيرات دراستنا وهو المتغير المستقل "مواقع التواصل الاجتماعي" وركزت هذه الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعات العراق، ضف إلى ذلك يكمن أوجه التشابه من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم.

أوجه الاختلاف:

في حين اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا بدايةً بأنها ركزت على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام لدى الأساتذة الجامعيين، إضافة إلى الاختلاف في عنصر المتغير التابع وأيضا يكمن الاختلاف من حيث نوع الدراسة.

14- المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة

تناول في هذا الجانب النظرية التي تفسر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية دون أخرى في اكتساب معلومات معينة وهذا ما أشارت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، لذلك سنحاول التطرق إلى أهم ما جاءت به هذه النظرية وبدايات ظهورها وكذلك أهم فروضها ثم إسقاط هذه النظرية على موضوع دراستنا المتمثل في: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام للأستاذ الجامعي".

* مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تم استيحاء عنوان النظرية من علاقة الجمهور مع وسائل الإعلام من خلال أنّ الجمهور يعتمد على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال في المجتمع الحديث، وإنّ هذه الوسائل لا يمكن الاستغناء

عنها لذلك فإنّ درجة اعتماد الأفراد على المعلومات التي يستقونها من وسائل الاتصال تعتبر متغيراً أساسياً لفهم متى ولماذا تغير وسائل الإعلام والاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد⁽¹⁾، ضف إلى ذلك أنّ الدراسة الحالية اتخذت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مرتكزاً نظرياً لها باعتبارها تركز على الوسيلة وأهميتها النسبية لدى الفرد في تلقي المعلومات، أي أنّ مقدار تأثير وسائل الإعلام في الناس يتوقف على الدرجة التي يعتمدون بها على المعلومات التي تقدمها الوسائل⁽²⁾، إضافة إلى أنّه من خلال اسم هذه النظرية يتضح مفهومها، والاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها⁽³⁾ ويبين "دي فلور" و"سانتا كلور" أنّ المعلومة هنا هي كل الوسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها⁽⁴⁾.

* نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

ظهرت هذه النظرية في العقد السابع من القرن الماضي على يد كل من "ملفين دي فلور" و"ساندرا بول روكستا" بل إنّنا نعتبر أنّهما المؤسسان الحقيقيان لنظرية الاعتماد المتبادل والتي جاءت في كتابيهما "نظريات وسائل الإعلام" وانطلقت المنهجية الأولى لهذه النظرية من خلال دراسة النظام الاجتماعي الواسع لتأثير وسائل الإعلام حيث أنّ وسائل طالبت بإحداث اندماج ما بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي⁽⁵⁾، ويرى باحثو هذه النظرية أنّ هناك اعتماداً متبادلاً بين الإعلام والمجتمع فقد لاحظت ساندرا بول روكستا أنّ شمولية النظرية ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية التي يمكن أن تساعد على فهم تأثيرات الإعلام واستخدامه إذ يعتمد الأفراد في تحقيق

(1) رأفت مهند، بن عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، الأردن، 2013، ص 20.

(2) حازم، الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري. (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009)، ص 40.

(3) علي، عبد الفتاح علي، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة. (عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015)، ص 240.

(4) زينب، زين، سهيلة، بشيرة، "الجاهات الأفراد نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية الوعي السياسي"، مذكرة مكملة لنيل شهادة

الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2018، ص 53.

(5) بسام عبد الرحمان، المشابقة، نظريات الإعلام. (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص 95-96.

أهدافهم على مصادر المعلومات وتشترط هذه النظرية شرطين أساسيين حتى يكون هناك اعتماد متبادل بين أفراد المجتمع ووسائل الإعلام هما:

1- إذا قامت وسائل الإعلام بأداء وظائف مهمة للمجتمع زاد الاعتماد عليها.

2- ارتفاع حدة الصراع في الحروب مثلاً أو التغيير السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي يؤثر على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام وكثافة الاعتماد عليها⁽¹⁾.

* فرضيات النظرية

تفترض هذه النظرية أنّ الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته في الحصول على المعرفة وبناء مواقفه السلوكية في ظروف معينة فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

* هذه النظرية تستند إلى مجموعة من الفروض الفرعية أهمها:

- إنّ اختلاف درجة الاستقرار والتوازن في النظام الاجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة وبالتالي فإنّ الحاجة للمعلومات والأخبار تتزايد أو تتناقص تبعاً للحاجة لهذه الأخبار والمعلومات.

- حيوية النظام الإعلامي بالنسبة لأفراد المجتمع تزيد من درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم.

- اختلاف حاجات الجماهير وأهدافهم الفردية والنفسية تؤثر في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام⁽²⁾.

(1) حازم، الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري. (دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009)، ص40.

(2) كمال خوتشي، مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، الخصائص، النظريات. ط1. (عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011)، ص149-150.

كما نضيف استخدام الجمهور لوسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور.

- يختلف الجمهور في اعتماده وسائل الإعلام فالصفوة قمة الهرم قد يكون لهم وسائل الإعلام خاصة غير الوسائل التقليدية⁽¹⁾.

* محددات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

انطلق محددات هذه النظرية من محددتين اثنتين حتى يكتمل الاعتماد ما بين الجمهور ووسائل الإعلام:

* تقدم خدمات مهمة للجمهور أي تحقيق أهداف ووظائف وسائل الإعلام الناطقة بها والأهم من ذلك هو إشباع حاجات الجمهور.

* ارتفاع حدة وتيرة الصراع العسكري أو السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي⁽²⁾.

ضف إلى ذلك أنّ علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم ركيزتين أساسيتين هما:

- **الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية فإنّ عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

- **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات نحو المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهداف تحكم وسائل الإعلام في مصادر المعلومات⁽³⁾.

(1) منال، هلال المزاهرة، نظريات الاتصال. (الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012)، ص 213-214.

(2) بسام عبد الرحمان، المشاقبة. المرجع السابق، ص 96.

(3) رأفت، مهند عبد الرزاق. المرجع السابق، ص 20.

* إسقاط النظرية

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من النظريات التي اهتمت بالوسيلة الإعلامية والتي تساعد على معرفة أسباب لجوء الفرد للوسيلة الإعلامية دون أخرى في اكتساب المعرفة المتعلقة بقضية معينة، ولقد ارتأينا أنّ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي النظرية المناسبة لدراستنا المعنونة بـ "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام" باعتبار أنّ الهدف الرئيسي من دراستنا هو معرفة اتجاهات الأفراد نحو مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية للتعرف على الأحداث والقضايا وبناء اتجاهاتهم وسلوكياتهم إضافة إلى معرفة مدى فعالية وتنمية الوعي الثقافي والفكري للرأي العام للأستاذ الجامعي.

15- صعوبات الدراسة

لا يخلو أب بحث علمي من وجود صعوبات تواجه الباحث خلال مراحل القيام بدراسته، ممّا يؤدي إلى إعاقة عملية البحث وتساؤلاته وغموض يدور في ذهنه، ومن أهم الصعوبات التي تواجهنا نذكر:

- وجود فراغ في العام الدراسي نتيجة جائحة كوفيد 19 والحجر الصحي.
- بما أنّ دراستنا جديدة فهي تفتقر على معلومات كافية من أجل الحصول إلى النتائج الكافية المطلوبة.
- ارتفاع تكلفة القيام بالبحث وإعداده وتكلفة التحليل الإحصائي لعدم وجود الخبرة الكافية في تحليل البيانات على برنامج spss.
- نفور بعض الأساتذة من الإجابة على استمارة بحثنا وهذا ما أدى إلى ضياع الوقت.
- طول العام الدراسي أدى بنا إلى الإرهاق والتعب الجسدي والنفسي.
- افتقارنا للوسائل والطرق والأساليب الصحيحة التي تساعد على تجميع المعلومات، ممّا ولد لدينا نظرة مبهمّة عن البحث العلمي المراد.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي

مع بداية القرن الواحد والعشرين بدأت الشبكة العنكبوتية تشهد انتشارا واسعا إلى أن أصبحت من أهم وسائل الانتشار شيوعا وإقبالا من قبل الشعوب حيث أدت التطورات في عالم الانترنت إلى زيادة عدد المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي إذ تعتبر وسيلة فعالة للتواصل بين الأفراد في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، حيث أصبح لها دور في تشكيل اتجاهات الرأي العام في بناء القناعات الذاتية والمواقف والآراء اتجاه القضايا والأحداث لأنّ الأفراد تكون لديهم اتجاهات معينة تمثل المحرك الأساسي لدوافعهم ورغباتهم لذلك خصصنا في الفصل الأول عنصراً أساسيا وضروريا كون مواقع التواصل الاجتماعي تمثل الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا وتستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع، حيث تناولنا فيه نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وأهم خصائصها وأبرز أنواعها وكذا إيجابياتها وسلبياتها والعنصر الثاني خصص للرأي العام من خلال أنّه يتضمن نشأة الرأي العام وأهميته وخصائصه والعوامل المؤثرة في تشكيله، باعتبار أنّ دراستنا تركز على الأساتذة الجامعيين قمنا بتخصيص عنصر آخر تطرقنا فيه إلى عوامل تشكيل الرأي العام عند الأساتذة الجامعيين وكيفية بناء اتجاهاتهم من مواقع التواصل الاجتماعي.

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم التواصل: عرفه ماجد رجب العبد في رسالته المقدمة لدرجة الماجستير "يعني بناء علاقة بين فردين أو دولتين أو مجتمعين مما يحقق المنفعة المتبادلة بين الطرفين"⁽¹⁾.

2- الاجتماعي: عبارة عن نسيج مكون من صلات اجتماعية، تلك الصلات يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين، أو هو مجموعة من الأفراد يربط بينهم رابط مشترك يجعلها تعيش عيشة مشتركة تنظم حياتها في علاقات منتظمة معترف فيها بينهم⁽²⁾.

3- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: تعددت الدراسات التي طرحت مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي حيث تشابهت في بعض الجوانب واختلفت في بعضها البعض خاصة بعد إطلاعنا على مختلف المراجع فهناك عدة تعريفات نذكر منها:

* يطلق مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم 2-0 نتج التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي⁽³⁾.

* كما تعرف بأنها مواقع Web sites أو تطبيقات أخرى APP مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات وتعليقات، ورسائل وصور... إلخ⁽⁴⁾.

* وتعرف أيضا بأنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس

(1) ماجد رجب، العبد سكر، التواصل الاجتماعي وأنواعه، ضوابطه، آثاره، معوقاته، دراسة قرآنية موضوعية. (غزة: جامعة الإسلامية، 2011)، ص8.

(2) أحسن، كرد، رقية، عياش، "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الممارسة الإعلامية الجامعية"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019، ص35.

(3) محمد منير، حجاب، المعجم الإعلامي. ط1. (دار الفجر للنشر، 2004)، ص301.

(4) جمال سند، السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك. ط1. (2013)، ص20.

الاهتمامات والميول أو جمعه مع الأصدقاء⁽¹⁾.

* كما تعرف أيضا بالمواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامّة ضمن موقع أو نظام معين وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منسئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام وتوفير خدمات تبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت⁽²⁾.

* كما يعرفها محمد عواد بأنّها تركيبة اجتماعية الكترونية تنضم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة Mode بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء إلى شركة ما أو حمل جنسية لبلد ما، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمق لطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص⁽³⁾.

* وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الاجتماعية هي شبكة فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول السنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توّطد العلاقات الاجتماعية بينهم⁽⁴⁾".

(1) طيار، فهد علي، "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 21، الرياض، (2014)، ص60.

(2) خالد غسان يوسف، المقداوي، ثورة الشبكات الاجتماعية. ط1. (عمان: 2011)، ص24.

(3) عادل، محمد حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجديدة إلى الفيسبوك. (القاهرة: العربي للنشر، 2011)، ص187.

(4) محمد، منصور، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين" "دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية نموذجاً"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانرك، 2013، ص28.

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

أو ظهور لمصطلح الشبكات الاجتماعية كل من قبل "جون بارتر" الباحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن والذي صاغه سنة 1954، وظهرت في التسعينات من القرن العشرين بعض الرسائل الالكترونية الاجتماعية منها Classmates.com عام 1990 ثم تلاه موقع Sixpegrs.com عام 1997⁽¹⁾، واعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل المجموعة من الأصدقاء، لكنّه تم إلغائها لأنها لم تأت بأرباح مالكيها⁽²⁾، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999-2001، وفي سنة 2002 مع بداية العام ظهرت Frondster التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003⁽³⁾، وبعد تعرضه للإخفاق بعد ظهور العملاقين Myspace في جانفي 2004، وهو من أوائل المواقع المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العام، فتح آفاقا واسعة لهذا النوع من المواقع وحققت نجاحا هائلا وتطور بسرعة حتى أصبح أكبر مواقع التواصل الاجتماعي في 2006، وأهم ما يقدمه هذا الموقع هو تفضيلات الملفات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بإنشاء خلفيات وتضمين عرض الشرائح ومشغلات الصور والصوت إضافة إلى المدونات وفي أوقات كثيرة يعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين⁽⁴⁾، وفي المدة بين عام 2002 و2004 بلغت شعبية الشبكات الالكترونية عبر العالم ذروتها، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية، وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة Skyrock كموقع للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام 2007 وقد استطاعت

(1) مبارك، الرعود، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، رسالة ماجستير منشورة، جامعة المشرق الأوسط، الأردن، ص40.

(2) رحمة، كروش، مريم، بن زعيون، "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الاقتصادية"، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2018، ص40.

(3) ماهر عودة، الشماليبة [وآخرون]، تكنولوجيا الإعلام والاتصال. (عمان: دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، 2015)، ص200، 201.

(4) نوال، بركات، "انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع وعلاقات عامة، جامعة بسكرة، 2016، ص141.

بسرعة تحقيق انتشار واسع إذ حصلت على المركز التاسع عام 2008 في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين⁽¹⁾.

ضف إلى ذلك أنه عند الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي يجدر الإشارة لمرحلة الجيل الأول للويب ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية وقد شهدت هذه المرحلة ظهور مواقع متعددة من أشهرها "cyworled1995" "live" "Journal"⁽²⁾، ثم كانت النقلة الأولى الكبرى في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق مواقع التواصل الاجتماعي الشهير Face Book.com حيث انطلق رسمياً في الرابع من فبراير 2004، وقد بدأ هذا الموقع أيضاً في الانتشار المتوازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيسبوك من المحلية إلى الدولية عام 2006 وكذلك قيام الفيسبوك عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهو ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير حتى ترعب على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين، وبذلك انتشرت فكرة المدونات الصغيرة وظهرت مواقع تواصل كالتويتير⁽³⁾ Twitter، والمتتبع لحركة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة يلحظ أنّها تهدف إلى تحقيق الاتصال والتفاعل بين الأصدقاء دون تحديد نوعية المستخدمين أو طبيعة المناقشات فهي مواقع عامة لجميع المستخدمين على مستوى العالم⁽⁴⁾، وفي هذا الإطار ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي مرتبطة بمهن محددة منها موقع Finacial.com للمستثمرين وموقع Dailysturtn.com لرجال الطب كما ظهرت مواقع معينة موجهة لأصحاب اللغات معينة للبلدان الناطقة الألمانية وغيرها من المواقع المساعدة للمستخدمين، هذه الشبكات أصبحت محل الدراسة لكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل الخصوصية، الهوية، ورأس المال، المجتمعات واستخدامات

(1) حسين، محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2005)، ص80.

(2) وليد، رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى قضايا إستراتيجية. (المركز العربي للأبحاث الفضاء الالكتروني، 2012)، ص55.

(3) <http://kenanaonline.com> تمت الزيادة الموقع في 21 مارس 2021 على 20:30.

(4) جهاد، بوزيدي، ظفري، عتيقة، "استخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي والإشباع المتحققة منها"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال وعلاقات عامة جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016، ص48.

3-أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

يوجد العديد من الأنواع والتصنيفات لشبكات التواصل الاجتماعي التي نشرت في مختلف أنحاء العالم والتي لا تزال حتى في وقتنا الحالي في توسع وانتشار سريع ويمكن تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي في حسب الهدف من إنشائها والخدمات التي تقسمها إلى ثلاث أنواع:

-مواقع شخصية: وهذا النوع من ملفات المستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل: فيسبوك ماي سبيس هاي5⁽²⁾.

- مواقع ثقافية: تختص بنشاط فني معين وترتبط المهتمين بموضوع أو تخصص معين مثل: The Library Tingi europeanlibrary

- مواقع مهنية: تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بنية تعليمية وتدريبية فاعلة مثل: LinkedIn⁽³⁾.

ضف إلى ذلك أنّ هند بلوشي 2012 قام بتصنيف هذه الأنواع لشبكات التواصل الاجتماعي إلى خمس فئات على الأسس التالية:

-اللغة: من المواقع التي تدعم العربية.

- التكلفة: بالإضافة إلى المواقع المجانية هناك بعض مواقع التواصل الاجتماعي تتطلب الاشتراك المدفوع.

(1) صالح، العلمي، مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم. ط1. (عمان: الحامد للنشر والتوزيع)، ص158.

(2) ليلي أحمد، جرار، الفيسبوك والشباب العربي. (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2012)، ص39.

(3) سلطان مسفر مبارك، الصاعدي الحربي، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني"، ورقة مقدمة إلى ملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية، السعودية، 2014، ص8-9.

- التخصص: وهو نوعين العام والخاص.
- المحتوى: تختلف مواقع التواصل الاجتماعي من حيث محتواها التي تتعدد في النصوص، الصور، الفيديو.
- حجم الخط: تتحكم بعض المواقع الاجتماعية بحجم النص المتاح للمشارك المساهم فيه مثل Twitter⁽¹⁾.

كما جاء في تقسيم آخر حسب الخدمات وطريقة التواصل فيها إلى ثلاث أنواع:

- مواقع تتيح التواصل الكتابي.

- مواقع تتيح التواصل الصوتي.

- مواقع تتيح التواصل المرئي⁽²⁾.

*إضافة إلى تقسيمات حسب طبيعة المواقع الاجتماعية إلى قسمين هما:

- المدونات: صفحات ويب على الانترنت تكتب عليها مدخلات مؤرخة ومرتببة ترتيبا زمنيا تصاعديا تستخدم لنشر وتلقي الأخبار والتفاعل معها سواء كانت أخبار شخصية أو عامة.
- الويكيبيديا: موقع النص الحر المتعدد اللغات يضم مشاريع بأكثر من 2080 لغة لإعداد موسوعات حرة ودقيقة ومتكاملة ومتنوعة، يستطيع الجميع المساهمة في تحريرها⁽³⁾.

(1) بوبكر، السياح، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتجات -دراسة حالة متعامل قطاع الهاتف النقال بالجزائر موبيليس ورقلة"، مذكرة منشور مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي علوم تجارية وتسويق خدمات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2016، ص4-5.

(2) سلطان مسفر مبارك، الصاعدي الحربي. المرجع السابق، ص8-9.

(3) أحمد كاظم، خنشوش، "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي"، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، عدد 04، مع 07، (2017)، ص201.

4- نماذج مواقع التواصل الاجتماعي

1- الفيسبوك: يعرفه "العتي": أنه موقع اجتماعي انطلق في الرابع من فبراير 2004 يتبع لشركة فيسبوك الخاصة يسمح للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شركات فرعية من الموقع نفسه في فئة معينة مثل منطقة جغرافية، مدرسة وغيرها من الأماكن التي تساعد على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون على نفس الشبكة⁽¹⁾، ويعتبر الفيسبوك حالياً من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق والمواقع ليس حكراً على أي أحد فالتسجيل فيها مجاني ويستطيع أي شخص أن يستخدمه.

وقد قام مارك زوكربيرغ "بابتكار الفيسبوك مانش في 28 أكتوبر 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد طالب في السنة الثانية ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى لمدينة بوسطن وجامعة ايفرليج وجامعة سنانفورد، اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي وطلبة المدارس الثانوية وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 سنة فما فوق.

2- التويتر "Twitter": شبكة اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغر، بحيث يمكن لمستخدميه إرسال تحديثات لا تتعدى 140 حرف سواء عن طريق تويتر مباشرة عن طريق التطبيقات الخارجية التي يقوم بها المطورين مثل خدمة "كزلك" وغيرها من التطبيقات الكثيرة⁽²⁾، ظهر موقع تويتر في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة ODEA الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقت الشركة الرسمية لاستخدام العام في أكتوبر 2006 وفي أبريل 2008 قامت الشركة بفصل الخدمة وتكوين شركة جديدة باسم twitter وبدأ الموقع في الانتشار عالمياً كخدمة جديدة من حيث تقديم التدوينات المصغرة، ومن مارس 2012 أصبح موقع تويتر متوافراً باللغة العربية، يمتاز بالسرعة في نشر الخبر على الانترنت، فمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين

(1) محسن، بن جابر، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب العربية العلمية واتجاهاتهم نحوها"، شهادة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تقنيات التعليم، جامعة أم القرى، السعودية، (2013)، ص 09.

(2) عبد الحليم، موسى يعقوب، الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية. (الدار العالمية للنشر والتوزيع)، ص 11، 12.

المشتركين في الانترنت من أن يكونوا مشتركين في الموقع قراءة ما كتب والاستفادة منه، ضف إلى ذلك أنه يتيح بإمكانه التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل sms وأيضا متابعة آخر الأخبار المدونات والصحف الالكترونية والمواقع الإخبارية وخلاصات RSS دون الحاجة إلى زيادة كل موقع منها على حدا.

3- اليوتوب "YOUTOUB": من المواقع العالمية الشهيرة والمهمة والأكثر استخداما على الشبكة في عالم الفيديو، إن تمكن في فترة وجيزة من بلوغ مكانة كبيرة بين مواقع التواصل الاجتماعي، أسس اليوتوب كل من تشادهير لي وستيف تقشين وجاور كريم وكانوا يعملون في شركة "باي بال" PAY BAL عام 2005 بولاية كاليفورنيا الأمريكية، وقد قامت جوجل Google عام 2006 بشراؤه مقابل 1.65 مليار دولار، ويعد اليوتوب من الجيل الثاني، أي من مواقع الويب 2.0 وأصبح عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية، ويعتبر موقع يوتوب من أروع الابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بسبب مزاياه المتعددة أهمها : أنه عام ومجاني وسهل التنزيل متى تشاء وميزة البث المباشر وسهولة الاستعمال من قبل المستخدم⁽¹⁾.

4- الأنستغرام Instagram: تطبيق من التطبيقات الحديثة التي تم تحديثها وإنشاؤها للهواتف الذكية وأطلق عام 2010 يتيح التطبيق للمستخدم نشر الصور المختلفة التي يرغب في عرضها بالإضافة إلى تنزيل مقاطع فيديو القصيرة، بالإضافة إلى متابعة حسابات أخرى لديها حساب على الأنستغرام وقد حقق التطبيق نجاحاً كبيراً⁽²⁾.

يستخدم "أنستغرام" لتبادل الصور والفيديوهات بواسطة الهاتف ابتكره "مايك كريغر" و"كيفين سيستروم"، يضم الموقع أكثر من 300 مليون مستخدم، كما يمكن لموقع الأنستغرام ربط حساباتهم

(1) محمود، سامي، "التواصل الاجتماعي"، مجلة رواد الأعمال، السعودية، (18 يونيو 2018)، منشورة على الموقع الإلكتروني: www.rowadalaamal.com، تم التصفح في يوم: 15 أبريل 2021، الساعة: 21:10.

(2) هشام سمير، قوت، "استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب في الجامعة الإسلامية، غزة، (2016) ص67.

في مواقع أخرى كالفيسبوك، تويتر، حتى تنشر الصورة في مختلف المواقع في نفس الوقت⁽¹⁾.

مميزاته:

* استخدام التطبيق في بداية انطلاقه لمشاركة الصور فقط وفي يونيو 2012 تم إضافة ميزة لتصوير مقاطع الفيديو ومشاركتها فيه.

* تمنح للمستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال نشر تعليقات على الصور والفيديوهات.

* يمنح للمستخدمين إمكانية رفع عدد لا نهائي من الصور.

* يمنح الأنستغرام للمستخدمين إمكانية تعديل الصور على العديد من الفلاتر والأدوات التي تسمح بتعديل الصور وإضافة تأثيرات عليها.

* يمكن للتطبيق إرسال صور عبر الرسائل الخاصة للأصدقاء المعنيين فقط وغيرها من المميزات⁽²⁾، ضف على ذلك أنّ تطبيق الأنستغرام تصميم فريد ومميز يضمن سهولة الاستخدام ويمنحهم إمكانية التبليغ عن كل التعليقات السلبية عن طريق خيار `flag comment`⁽³⁾.

5- برنامج زوم Zoom: إنّ زوم (ZOOM) خدمة سحابية يمكنك عن طريقها عقد الاجتماعات وندوات الويب عبر الانترنت، كما يوفر زوم إمكانية مشاركة المحتوى والتعاون ومؤتمرات الفيديو عبر الانترنت أيضاً، تقدم خدمة زوم تجربة مشاركة الفيديو والصوت والشاشة عبر مجموعة واسعة من الأجهزة والمنصات، ساعد برنامج زوم الآلاف من المدارس والمعلمين حول العالم على التحول بسرعة إلى التعلم الافتراضي عن بعد (عن طريق الانترنت)، ووفر لهم جميعاً نفس البيئة

(1) جريدة النهار www.annhar.com ، مواقع التواصل الاجتماعي، الاثنين 5 نيسان 2021.

(2) إيمان، عبد الرزاق، محمد أحمد، الضاحة، دور الأنستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي. (مملكة البحرين: الجامعة الأهلية، المنامة، ماي 2005)، ص 74.

(3) هشام سمير، زقوت. المرجع السابق، ص 67.

الإنتاجية بشكل مشابه لإعدادات الفصول الدراسية التقليدية، إضافة إلى أنه لن تحتاج إلى اشتراك (حساب) في زووم كحضور الاجتماعات والمؤتمرات التي تعقد عبر الانترنت على منصة زوم، ولكنك ستحتاج إلى الاشتراك في زووم كمضيف لتتمكن من جدولة وعقد الاجتماعات.

مميزات برنامج زووم (zoom):

* عقد اجتماعات الفيديو: يمكن باستخدام زووم عقد مؤتمرات ومراسلات الفيديو عبر أي جهاز (كمبيوتر خاص، كمبيوتر لوحي، هاتف نقال) بكل سهولة وبساطة مع إمكانية تسجيل المحادثات والفيديو، والتكامل مع خدمات التقويم المشهورة مثل: أوث لوك - جيميل.

* إجراء ندوات الفيديو عبر الانترنت: يمكنك استضافة أحداثك التسويقية أو غير التسويقية عبر الانترنت مع ما يصل إلى 100 مشترك في الفيديو التفاعلي مع خطط دفع متنوعة تمكنك من استضافك من 100 إلى 10000 شخص من الحضور في ندوة الفيديو الواحدة.

* عقد المؤتمرات: يمكن استخدام زووم لعقد مؤتمرات ذات تعاون مشترك ودعوة المشاركين للانضمام إليه بضغطة زر واحدة، كما يقدم العقد ميزات: السبورة التفاعلية، وباستخدام ميزات السبورة التفاعلية في اجتماعات زوم zoom سيتمكن المشاركون من العرض والتعليق على لوحة بيضاء فارغة أو عبر محتوى مشترك مع إمكانية فتح ما يصل إلى 12 لوحة بيضاء في نفس الوقت، كما يمكنك زووم من إدارة العزف بسهولة وبساطة عن طريق تمكين إدارة العزف حسب الموقع الجغرافي ضمن بنية هرمية⁽¹⁾.

* الدردشة ومشاركة الملفات عبر جميع المنصات والأجهزة (chat):

باستخدام ميزات الدردشة المتوفرة في برنامج زووم يمكن للفرق أن تبقى على اتصال دائم وبالتالي يصبح التعاون بين أعضاء الفريق سهلاً، كما يوفر زووم إمكانية البحث السريع عن الرسائل

⁽¹⁾ www.meetgoogle.com ، www.apps.google.com

والمحتوى والروابط المتعلقة بالمشاريع⁽¹⁾.

6- تطبيق قوقل ميث Google meet: هي خدمة مدفوعة من شركة جوجل العالمية ضمن مجموعة خدمات Google G Suite المدفوعة، ولكن بعد تفشي جائحة كورونا وأصبح كل شيء يتم من المنزل تقريباً سواء كان عملاً أو تعليمياً، قررت جوجل تحويل الخدمة إلى خدمة مجانية كجمع المستخدمين، حيث يمكن لأي شخص استخدام خدمة جوجل ميت الجديدة والنظام إلى دردشات فيديو جماعية وحماية خصوصيتك بشكل كامل من خلال الهاتف أو جهاز الحاسوب.

تتميز خدمة Google meet بأنها خدمة متكاملة كلياً مع G Suite حتى يتمكن المستخدم من الانضمام إلى الاجتماعات مباشرة مع حدث تقويم أو دعوة بريد إلكتروني، وتعمل الخدمة على توفير جميع تفاصيل الأحداث المهمة عند الحاجة إليها، سواء كان انضمام الشخص من خلال جهاز الحاسوب، أو الهاتف الذكي أو حتى قاعة المؤتمرات، كما تساعد في التخلص من متاعب الانضمام إلى مكالمات فيديو في العمل، فكل ما يحتاجه المستخدم هو إعداد اجتماع ومشاركة رابط، ويتمتع تطبيق Google Meet بواجهة سريعة وسلسلة وإدارة ذكية للمشاركين⁽²⁾.

7- الواتساب: البرنامج الذي تمكن من تلخيص جميع خصائص برامج الدردشة التي عرفتها عبر الجهاز الكومبيوتر وجعلها في تطبيق واحد محمول في اليد عبر جهاز الهاتف النقال حيث وصل عدد مستخدميه إلى أكثر من ملياري مستخدم حول العالم خلال شهر فبراير، فهو برنامج للتواصل الاجتماعي في أي مكان مهما كانت حجم المساحة يعمل تطبيق الواتساب على جميع الأنواع الهواتف الذكية يتميز بسهولة استخدامه، كما يمكن للمستخدم ومن خلال التطبيق عند تثبيته أن يعمل على إرسال الرسائل النصية والمصورة إلى الأصدقاء بجودة عالية ودقيقة، وأيضاً يتمتع بعرض التطبيقات المتماثلة على هذا الخيار⁽³⁾.

(1) مجلة النجاح: <https://ila.io/6rp34> الكاتب: هيئة التحرير، تم الإطلاع 25-05-2021، الساعة 23:23.

(2) www.meetgoogle.com ، www.apps.google.com

(3) www.arabtechnomedia.com

5- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتشارك مواقع التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية، بينما تتميز بعضها عن الأخرى بميزات تعرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها وكذلك الهدف الأساسي من استخدام مواقع على حساب موقع آخر ومن أهم مميزاته ما يلي:

1-الملفات الشخصية والصفات الشخصية **page profile**: ومن خلال الملفات

الشخصية يمكن التعرف على ملف الشخص واسمه، ومعرفة المعلومات عنه كالجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات، الصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات.

1-الأصدقاء/ العلاقات **friands/ connections**: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف

عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق مواقع التواصل الاجتماعي مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء⁽¹⁾.

3- خاصية المجموعات:

توفر العديد من مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة ذات اهتمام مشترك، حيث يمكن إنشاء مجموعة لمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع التواصل الاجتماعي لماله من مجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما يكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما توفر خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة الأشخاص أو أعضاء تلك المجموعة ومعرفة عدد المحاضرين غير المحاضرين.

4- ألبوم الصور:

توفر مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات

⁽¹⁾ خالد غسان، يوسف المقداوي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها وتقنية الاجتماعية الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم. (عمان، الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013)، ص19.

الصور وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق عليها⁽¹⁾.

5- خاصية المدونات blogger:

تمكن هذه الخاصية المشترك من إعداد ملف كامل عنه، وعن حياته واهتماماته، ويمكن تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله ولهم نفس الاهتمامات مثل خدمة المراجع الالكترونية التي تقدمها المكتبات عن طريق المدونات من خلال الشبكات الاجتماعية.

6- خدمات المحول mobile services :

أصبحت جميع مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات المستخدم على هاتفه المحمول حيث أنّها تطلب من الفرد عند تسجيله في الموقع أن يذكر رقم هاتفه المحمول وتخبره ما هي المعلومات التي سوف تصله على هاتفه خلال خدماتها المتنوعة.

7- المحادثة conversation:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إنتاجها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة⁽²⁾.

8- الترابط connecteness:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنّها عبارة عن شبكات مترابطة مع بعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط الاجتماعية، أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلها إلى معارفك على الفيس وهكذا ما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات⁽³⁾.

⁽¹⁾ وسام طابل، البشاشة، "دوافع استخدام الطلبة، الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإنشاءاتها، فيسبوك، تويتر"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة البتراء، الأردن، 2012، ص25.

⁽²⁾ مراد، شتوان، صهيب، بوصول، "اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمحلات الانتخابية المحلية لسنة 2017 بالجزائر"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال لسنة الجامعية 2018/2017، ص59.

⁽³⁾ خالد، غسان يوسف، المقداوي. المرجع السابق، ص26.

9- التفاعلية والشاركية:

يتسم التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما تعلق بالرياضة، أزياء، موسيقى، أو ما يتعلق بموطنه من أحداث سياسية، خرائط، أو صور لمدينته⁽¹⁾.

10- التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الوقت والجهد والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي وليس ذلك حكرا على الجماعة دون جماعة أخرى⁽²⁾.

6- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دور مهم في مختلف المجالات نذكر منها:

- تعتبر وسيلة سريعة للتواصل مع الآخرين عبر شبكاتهما المختلفة فهي تتيح فرصة للتحدث من خلال الرسائل القصيرة والطويلة إضافة إلى الصوت والصورة.

- استطاعة التأثير على الرأي العام في مختلف الجوانب وخاصة الجانب السياسي⁽³⁾.

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاما بديلا ويقصد به الموقع الذي يمارس فيه النقد ويولد أفكار وأساليب لها أهميتها، وأيضا طرق جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع، وربما الأكثر أهمية يشير إلى أنّ البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية وبين العمل والبطالة وبين المعارضة والحكومة ومن ثم يتضاءل البديل إلى أن يصبح نمطا للاتصال الجماهيري⁽⁴⁾.

(1) حسين محمود، هشيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. ط1. (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص85.

(2) صالح، العلمي. المرجع السابق، ص147.

(3) ليلي أحمد، جرار، الفيسبوك والشباب الجزائري، (مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2012)، ص137.

(4) هازيلي، جوان، الصناعات الإبداعية. ترجمة: بدر السيد سليمان، الرفاعي. (الكويت: عالم المعرفة، 2007)، ص27.

- إذا وظفت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل صحيح فإنها تساهم في إعلاء القيم والمعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي هادف.
- مشاركة الأفكار والخبرات والتعليق على أهم المنشورات على صفحات الأفراد مع تقديم آرائهم بكل شفافية ومصداقية.
- متابعة الأحداث الجارية وقراءة القصص والمقالات والتفاعل معها.
- مساعدة الفئات المحتاجة ودعم العمل المدني والتطوعي من خلال إمكانية نشر الإعلانات والمنتجات وكذلك متابعة التقسيمات والمسابقات في شتى المجالات.
- إمكانية التسويق الإلكتروني⁽¹⁾.

7- دوافع مواقع التواصل الاجتماعي

لمواقع التواصل الاجتماعي دوافع محددة تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي ومنها:

1- الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء استغلال الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبل لشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أنّ عدد التطبيقات اللامتناهية كالفيسبوك على سبيل المثال أحد سبل ملاء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية ولتضييع الوقت عند البعض منهم.

2- البطالة: عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني تؤدي إلى عدم الاندماج الاجتماعي والنفسي إلى الانتماء الاجتماعي، الذي هو نتيجة تراجع العائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعي وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج

⁽¹⁾ التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية. (بيروت، لبنان: مؤسسة الفكر العربي، 2008)، ص 26.

من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية⁽¹⁾.

3- المشاكل الأسرية: تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له كل الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية ولكن في حال افتقاد الفرد لهذه البيئة الكاملة ينتج له نوع من الاضطراب النفسي والاجتماعي الذي يجعل لمواقع التواصل الاجتماعي سبيل لتعويض حرمانه في غياب الوالدين بسبب مشاغل الحياة⁽²⁾.

4- تحقيق التكامل النفسي: وذلك لإشباع الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتي وتحقيق الاستقرار الذاتي.

5- اكتساب الخبرات: الحاجة إلى فهمها يجري في الواقع على نحو أفضل والتعرف على الطريقة التي يحل بها الأفراد مشاكلهم.

6- القضاء على الشعور بالوحدة والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى⁽³⁾.

7- الرأي والتعبير: وذلك بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من الاتصال وجها لوجه بما يساهم في التفاعل والتعبير عن آرائهم بحرية أكثر⁽⁴⁾.

8- التسويق أو البحث عن الوظائف: في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد التعرف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال كونها منخفضة التكاليف وتضمن سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها⁽⁵⁾.

⁽¹⁾الطيب، الوافي، لطيفة، بملول، البطالة في العالم العربي أسباب وتحديات. <https://www.kan.com/figh/ebles//cd//> تم التصفح 07-04-2021 سا 11:11.

⁽²⁾ محمد، عبد المنعم [وآخرون]، "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل"، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الملك فيصل، 2016، ص199.

⁽³⁾ حنان تبت، شعشوع الشعمرى، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، (الرياض: جامعة الملك عبد العزيز، 2013)، ص23.

⁽⁴⁾ معين عمران محمد، التميمي، "دراسة عملية تظهر دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة العمل". (فلسطين: دنيا الوطن، 2021/04/07)، ساعة 12:08، <https://www.alwatan.vace.com>، الساعة 12:08.

⁽⁵⁾ محمد، عبد المنعم، [وآخرون]. المرجع السابق، ص301.

9- تحقيق النجاح: تساعد المواقع الاجتماعية الفرد في حياته الشخصية والمهنية من خلال بناء المعرفة، حيث يتقدمون على الآخرين ويحققون النجاح على الصعيد المهني واكتساب المعرفة وخلق فرصة جديدة للبدء

10- الترقية: تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة ترفيهية من متابعة أخبار الأصدقاء والعائلة ومشاهدة الأفلام ومقاطع الفيديو المسلية والاستمتاع إلى الموسيقى، قراءة المقالات العلمية⁽¹⁾.

8- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

إنّ مواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين جهة فيها إيجابيات والأخرى سلبيات ويرجع هذا التباين إلى طبيعة استخدام المستخدمين لها.

1- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- إعداد الأفراد وتنشئتهم واكتسابهم عادات وسلوكيات صحية وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي، لما تنتجه من تفاعل مع الآخرين لمختلف الأنشطة التي يقدمونها والتي يمكن تكوينها في فضاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال اكتساب الخبرات والتنمية المسؤولة الذاتية للفرد عن طريق المشاركة والتفاعل.

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للإعلانات والتسويق للمنتجات المختلفة⁽²⁾.

- إعادة الروابط الصداقات القديمة كالبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل بعد ما اختلفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات.

- تتيح الشبكات للمستخدم بنشر المقالات الخاصة من المواقع الإلكترونية المختلفة والإطلاع

(1) نوال، بركات. المرجع السابق، ص14.

(2) حسين محمود، هشيمي. المرجع السابق، ص101.

على مختلف المعارف في جميع الميادين⁽¹⁾.

- خلفت مواقع التواصل جو للتعبير عن الذات فأغلب المستخدمين يتصفحون المواقع معلنين عن سيرتهم الذاتية وانتمائهم وآرائهم التي عادة ما تعجب الكثير ومن هنا يزيد الثقة في نفسية الفرد.
- تعد مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً للتسلية والترفيه، وقد أظهرت دراسة قامت بها الحكومة الأردنية سنة 2011 أنّ استخدامات الانترنت بغرض التسلية والترفيه وقد تفوقت الاستخدامات الأخرى (تجارية أو علمية) كما توصلت الدراسة إلى أنّ 71 من مستخدمي الانترنت قاموا بالاستماع إلى الموسيقى ومشاهدة الأفلام، كما أكدت الدراسة أنّ الألعاب الالكترونية عبر الانترنت جاءت في المرتبة الثانية في قائمة اهتمامات الأفراد⁽²⁾.

2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- الإدمان: يعد الإدمان المستخدمين في تصفحهم للمواقع من أهم المشكلات الشائعة في ذلك حيث أكدت دراسة أمريكية أنّ مستخدمي الانترنت الأمريكيين يقضون 12% من وقتهم فيها⁽³⁾.
- إضاعة الوقت: الخدمات الترفيهية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي جذابة جداً لدرجة تجعلها تنسى معها الوقت وهو ما أثبتته الدراسات الاجتماعية ومنها: "دراسة المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي".
- الانعزال عن العالم الواقعي مع تزايد استخدام الشبكات الاجتماعية قلت الحاجة للتعامل مع الناس على أرض الواقع وهذا قد يفقد المستخدمين الكثير من مهارات التواصل مع المجتمع والناس من حولهم.

(1) خالد غسان يوسف، المقدادي. المرجع السابق، ص 68.

(2) حسين محمود، هشيمي. المرجع السابق، ص 102.

(3) حسين محمود، هشيمي، المرجع السابق، ص 104.

- التحريض على الغير والشجار: ربما يعارضك شخص ما من ناحية الإيديولوجية أو السياسية أو الاقتصادية وغيرها ومن الممكن أن يؤدي هذا التحريض إلى خلافات ونزاعات بين الأشخاص على أرض الواقع ويتسع النطاق ويصبح على صعيد عائلات وقد يؤدي إلى التهديد والقتل.

- انتشار الفساد وزرع القيم اللاأخلاقية: كما أننا نستطيع أن نستغل شبكات التواصل الاجتماعي في الدعوة إلى الحق وهداية الناس، كذلك هناك أناس يريدون نشر القيم الفاسدة والأفكار الخاصة وغيرها⁽¹⁾.

- اختراق الحسابات: عبارة عن أشخاص معروفين باسم "HAKER" يقومون باختراق مجموعة من الأنظمة والتطبيقات للمستخدمين واستخدامها بطرق غير مشروعة.

- السرقة العلمية لمختلف البيانات الفكرية الغير محفوظة ونسبها إليه (من أشعار، كتب، خواطر...).

⁽¹⁾ <https://www.asdaa.press.com> تمت الزيارة للموقع في: 28 أبريل 2021 على الساعة: 20:21.

الرأي العام

إنّ الإنسان بطبيعية لا يعيش في عزلة عن الناس، بل تقتضي ظروف الحياة الاتصال بالآخرين والتعاون معهم، وفي أثناء هذا الاتصال بالآخرين والتعاون معهم، إمّا أن يترك الشخص أثراً حسناً ساعده هذا على قضاء أعماله بسرعة وأقل مجهود والعكس صحيح وهكذا، فتكيف الأفراد والجماعات مع الواقع الاجتماعي أمر مهم وضرورة لا غنى عنها من أجل الصالح العام، كذلك الأمر بالنسبة لأيّة منظمة فهي لا تعيش بمعزل عن الجمهور وعن المجتمع المحيط بها فهي تحتاج إليه والمجتمع يحتاج إليها ولا بد من وجود علاقات طيبة وتعرف كلّ منها على أهمية الدور الذي تقوم في المجتمع وبالتالي يمكن القول بأنّ الرأي العام غرس ديمقراطي بطبيعته، وهذا سوف نتناوله في هذا الفصل انطلاقاً من المبحث الأول الذي يتناول ماهية الرأي العام وخصائصه وأنواعه وخاصة تقسيماته مداخل وتكوينه مروراً إلى الرأي العام وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي إبان جائحة كوفيد19.

1- مفهوم الرأي العام:

بالرغم من أنّه لا يوجد تعريف عام متفق عليه للرأي العام فقد تكرر استخدام هذا التعبير لدرجة أنّه يمكن لكل إنسان أن يفهم المقصود به⁽¹⁾.

يعرفه "أحمد بدر" فيرى أنّه: "اتفاق ضمني أو توافق قسط معين من المجتمع يمثل درجة الأهمية على مواجهة مشكلة معينة بطريقة معينة"⁽²⁾.

أما "هنسيني" فيرى أنّ الرأي العام هو "مجموع وجهات النظر القابلة للقياس لدى الأفراد الذين لهم مصلحة في قضية أو موضوع ما محل هذا الرأي"⁽³⁾.

وقد عرف الرأي العام كذلك بأنّه: مجموعة آراء الأفراد حول موضوع ذي أهمية عامة أي الآراء التي في مقدورها ممارسة التأثير على مواقف الأفراد والجماعات وعلى سياسات الحكومات⁽⁴⁾.

- كما يوصف بأنّه رأي الأغلبية وهو يمثل ما يزيد على أكثر من نصف رأي الجماعة في حين يكون رأي الأقلية أقل من نصف الجماعة أو يعبر عن رأي طائفة أو مجموعة قومية أو دينية وهناك أحيانا يكون جزءا من الثوابت التي يؤمن بها الفرد في حين يتحدد الآخر بعوامل معينة يزول بزوالها⁽⁵⁾.

2- نشأة وتطور الرأي العام

عرّف مفهوم الرأي العام منذ القدم مع بداية نشوء مدن في حضارات وادي الرافدين والنيل واليونان وقد كشفت هذه الحضارات حينها عن إدراك وفهم ورؤية واضحة لتوجيه الرأي العام الوجهة التي تتوافق مع إرادة الحاكم، وكان تأليه الفرعون وتقديس الكهنة وبناء الأهرامات والمعابد أساليب

(1) مهنا، محمد نصر، " الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير"، مجلة، ط2، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، (2008)، ص92.

(2) أحمد، بوزيد، سيكولوجية الرأي العام ورسالته الديمقراطية. (القاهرة: عالم الكتاب، 1968)، ص39.

(3) سمير، محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية. (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص18.

(4) pierre Albert, Lexque de la presse écrite, Doige, paris, 1989. P132.

(5) عاطف، عدلي، نهي، عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات. (دار الفكر العربي، 2007)، ص15.

متميزة لتوجيه الرأي العام لتقوية نفوذ سلطتهم⁽¹⁾.

ضف إلى ذلك أنّ المفكرون عبروا عن مفهوم الرأي العام بمسميات مختلفة فاختر "موتشيكو" العقل العام، أما "روسو" الإرادة العامة⁽²⁾، أما البدايات الأولى لظهور المناقشات بشأن الرأي العام فكانت قد انطلقت في القرن الرابع عشر قبل الميلاد في زمن الفيلسوف سقراط وتلميذه أفلاطون الذي ذم السياسة والديمقراطية، واصفا رأي الناس بأنه "مجرد حشد ضئيل"⁽³⁾، ولم تكن الديمقراطية اليونانية تعرف الأحزاب وإتّما كان من حق كل مواطن أن يتكلم وييدي رأيه وإن وقع العبء الأكبر في الكلام والمناقشة على طائفة الخطباء وهم طائفة من بلغاء القوم كانوا يكسرون حياتهم للسياسة، إمّا رغبة في الخدمة أو إرضاء لطموحهم أو سعيا وراء منفعة شخصية⁽⁴⁾، وإذا كانت العادة —أي نمطية السلوك والتفكير— وليست المناقشة هي التي تسود في المجتمعات القديمة أو كما يقال —"إنّ العادة هي أكبر مرشد للحياة البشرية" فإنّ ذلك لا يعني الغياب الكلي للآراء والأفكار الخاصة والتي كانت أحيانا تنتقل سرا بفعل الخوف من البطش والقهر والتحدي، ومن المعتقد أن يكون الرأي العام كظاهرة حديثة يرتبط بنشأة الدعوات الدينية وظهور الإيديولوجيات وأنظمة الحكم بأشكالها المختلفة⁽⁵⁾.

وكان أول استخدام لتعبير الرأي العام public opinion كمصطلح وليس ممارسة قد ظهر في بريطانيا مطلع القرن الثاني عشر، إذ أنّ أول من أشار إليه هو البريطاني جون سالز بوري John Salisbury، ثمّ شكسبير وميكافيلي عندما أدركوا أهمية الرأي العام وفعاليته ودوره في تدعيم سلطة البرلمان والحكومة إلى الحد الذي دفع شكسبير في مسرحية "الملك هنري الرابع" إلى أن يجعل من يقول

⁽¹⁾ غالب كاظم، الدعيمي. صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت، تقاليد موروثة وسلطة مطلقة، مراجعة لغوية —علي حبيب. ط1. (دار المجد للنشر والتوزيع، 2019)، ص17.

⁽²⁾ مصطفى يوسف، كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال. (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع)، ص17.

⁽³⁾ غالب كاظم، الدعيمي. المرجع السابق، ص17.

⁽⁴⁾ عاطف، عدلي، نهي، عاطف العبد. المرجع السابق، ص18.

⁽⁵⁾ هاني الرضا، رامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية. ط2. (بيروت، لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2013)، ص15.

على لسان الملك "إنّ الرأي العام هو الذي أعانني على قبول التاج"⁽¹⁾.

إلا أنّ الاهتمام بظاهرة الرأي العام بمدلوله الحديث برز بشكل لافت إبان الثورة الفرنسية، حيث أنّها كانت ككل ثورة في العالم، تعبيرا عنيفا عن انتفاضة الرأي العام ضد استبداد السلطة وطغيانها، فضلا عن كونها مؤشرا على التحولات العميقة التي أصابت المجتمع الفرنسي آنذاك⁽²⁾. ضف إلى ذلك أنّه في الحقيقة فقد كان مفهوم الرأي العام ثمرة لمراحل طويلة من الكفاح المرير من أجل الحرية وبهذا نرى أنّ ظاهرة الرأي العام ليست وليدة هذا العصر وإنّما الحديث فيها هو الاهتمام بها ودراستها وتقنياتها ومعرفة أهميتها وقياسها واستخدام نتائج ذلك في توجيه الجمهور وإرضاء الشعور واستقرار الأحوال هذا من جهة ومن جهة أخرى فقد أدّى التطور الحاصل في وسائل الاتصال إلى زيادة الأهمية للرأي العام ذلك إنّ التطورات التكنولوجية الهائلة التي حدثت بعد الحرب العالمية الثانية قد وحدت بين الناس في العالم وزادت بذلك قدرة القائمين على وسائل الاتصال في تشكيل آراء الناس وتطويع اتجاهاتهم⁽³⁾.

3-مراحل تكوين الرأي العام

تعتبر ظاهرة الرأي العام ظاهرة معقدة، يصعب تحليلها إلى أجزائها تحليلا بسيطا بل تتداخل مجموعة من العوامل والمؤثرات المختلفة في تكوينها، مؤثرات سيكولوجية ترجع إلى طبيعة الفرد نفسه وإلى طبيعة الجماعة وتأثيرها على الفرد، ومؤثرات سياسية ومؤثرات ثقافية واجتماعية تتكون من مجموعة من القيم والمعايير التي تحكم إدراك الفرد وسلوكياته ورغم ذلك نحاول تقديم تصور للمراحل التي يمر بها تكوين الرأي العام.

(1) غالب كاظم، الدعي. المرجع السابق، ص24.

(2) هاني الرضا، رامز عمار. المرجع السابق، ص15.

(3) مصطفى يوسف، كافي. المرجع السابق، ص24.

مرحلة الإحساس والإدراك:

يتعرض الإنسان لمجموعة من المنبهات التي يتلقاها عن طريق حواسه، تلك الحواس التي تعد مفاتيح المعرفة واتصاله بالعالم الخارجي والبيئة الخارجية، ويبدأ الإنسان في إدراك هذه المؤثرات إدراكاً حسيًا، إلا أنّها لا تقف عند مجرد إدراكها عن طريق الحواس، بل يحاول الإنسان أن يدرك هذه المؤثرات كرموز ثم يعطي لهذه الرموز معنى أو معاني معتبة ومن هذا يتضح أنّ عملية الإدراك ليس عملية سلبية تتخلص في مجرد استقبال انطباعات حسية، بل يقوم العقل بالإضافة أو الحذف أو التحريف وتأويل ما يتأثر به من انطباعات حسية والمعاني التي يخلقها الإنسان على ما يدركه من أشياء أو مؤثرات تتحدد وفقا لخبراته الماضية وطريقة فهمه للحياة ودوافعه وحوافزه وهذا يعني أنّ الإدراك عملية معقدة وهي محصلة لمجموعة كبيرة من العوامل الموضوعية التي تتمثل في الأشكال الخارجية، ومجموعة أخرى من العوامل الذاتية التي تنبع من خبراته السابقة وفي حدود إطاره الدلالي ومجموعة القيم والاتجاهات والمعايير المختلفة التي اكتسبها من البيئة الثقافية والاجتماعية ومن ذلك يتضح أنّ عملية الإدراك لا تتوقف فقط على طبيعة المعارف والمعلومات التي يتلقاها سواء عن طريق حاسة البصر أو حاسة السمع ولكنها تتوقف على طبيعة اتجاهات الفرد وقيمه وثقافته⁽¹⁾.

مرحلة الرأي الفردي:

وفي هذه المرحلة يقوم الفرد بالتعبير اللفظي بالإشارة عن ميوله واتجاهاته النفسية حول الموضوع أو المؤثرات المختلفة وتنطوي هذه المرحلة على عنصر الاختيار فطالما أنّ الموضوع المثار هو موضوع جدلي تختلف حوله الآراء بين مؤيد ومعارض فإنّ الفرد يحدد لنفسه موقفا معينا لهذا الموضوع مؤيدا أو معارضا له وموقف الفرد حول هذا الموضوع جدلي واحد يختلف عن الموقف الذي يمكن أن يتخذه الأفراد الآخرون، وهذا يؤكد ما انتهى إليه w. lippman من أنّ تصرفات الناس واستجاباتهم لا تكون نتيجة لملاحظات موضوعية عن العالم الخارجي، بل في حقيقة الأمر مبنية على التصرفات الذاتية أو

(1) طلبة الإعلام والاتصال لجامعة ثليجي: <https://ar.at.facebook.com> تاريخ الإطلاع: 2021/04/24.

الصور الذهنية الكافية في نفوس الناس فالمؤثرات التي تحيط بالإنسان لا تكون السبب المباشر في الاستجابة للبيئة، ولكن معنى هذه المؤثرات أو صورتها في ذهن الإنسان هي التي تحدث الاستجابة، ويتفق ذلك مع وجهة نظر د. أحمد عزت راجح حول علاقة السلوك بالإدراك حيث أوضح أنّ الفرد يستجيب للبيئة ليس كما عليه هي في الواقع بل كما يدركها وكما تبدو له، وحسبما يفرض عليها من معنى وأهمية⁽¹⁾. إضافة إلى ذلك تعتبر مرحلة البلورة والتركيز أي بلورة وتركيز وجهات النظر المختلفة في شرائح معبرة عن مواقف أكثر تجديداً، ذلك أنّ المناقشة أو الصراع الفكري بين الآراء المختلفة يؤدي إلى إبراز وتوضيح وتحديد المفاهيم الأساسية للمشكلة (أبعادها وعواملها ونتائجها) وهذا التوضيح الفكري يؤدي بدوره إلى القضاء على التباين الجزئي أو المحدود وبالتالي التقريب بين المواقف والآراء المتشابهة والقضاء على المواقف المتعصبة أو المتطرفة، ويؤدي ذلك كله إلى عملية التركيز في شرائح الرأي العام في شكل ثلاثة مواقف رئيسية مع خلاف في درجة كل موقف منها: موقف التأييد والمعارضة، موقف الحياد واللامبالاة وعدم الاهتمام أو عدم تقرير رأي ما⁽²⁾.

مرحلة صراع الفرد مع آراء الجامعة:

وفي هذه المرحلة تدور المناقشات والحوار والجدل الذي يصل إلى حد الصراع بين رأي الفرد وآراء الأفراد الآخرين في نطاق جماعة معينة أو جمهور معين ممن لديهم اهتمام بالموضوع وكل منهن يحاول الدفاع عن رأيه مستخدماً في ذلك كل ما يتوافر لديه من معلومات وتلعب وسائل الاتصال دوراً حيوياً في ذلك عن طريق عرضها للآراء المختلفة.

مرحلة تحول آراء الأفراد إلى آراء الجماعة:

من خلال الحوار والنقاش التي تدور بين أعضاء جمهور معين حول موضوع أو مسألة تشغل اهتمامهم يتم التقريب بين وجهات النظر المختلفة والمتباينة وتأخذ المناقشة في الاتجاه نحو التركيز حول

(1) طلبة الإعلام والاتصال لجامعة نيجي: <https://ar.at.facebook.com> تاريخ الإطلاع: 2021/04/24.

(2) صبحي، عسيبة، الرأي العام. العدد 23. (المركز الدولي للدراسات المستقلة والإستراتيجية، 2006)، ص 35.

رأي معين يميل إلى أغلب أعضاء الجماعة أو الجمهور ويصبح هذا الرأي رأياً عاماً بغض النظر عن وجود بعض الآراء الأخرى التي قد يتبناها أقلية مع الجماعة أو الجمهور وهذه العملية تنطوي على تضحية الفرد برأي الشخصي أحيانا لكي يتوافق مع رأي الجماعة وتتدخل في هذه العملية مجموعة من العوامل بعضها يتصل برغبة الفرد في التوافق مع الجماعة أو لتحقيق صفة الانتماء إلى هذه الجماعة أو للتعاطف مع الجماعة.

يرى دافيون أنّ عملية ومراحل تكوين الرأي العام تتم على النحو التالي:

1- دور الجماعات الأولية: وهي الجماعات التي تضع البذرة الأولى ففي التجمعات الأساسية تجد واحداً أو أكثر يحتضن فكرة من الأفكار تعتبر النواة تظل تنمو حتى تغطي المساحة الكاملة للمجتمع.

2- ظهور الزعامة والقيادة: حين تحوز الفكرة اهتمام جماعات صغيرة يتبعها ظهور قيادات تعمل على تبسيط الفكرة الأصلية بطريقة يفهمها أكبر عدد ممكن من الناس ممن لهم اهتمام أو مصلحة الزعيم أو القائد وهو الذي يستطيع صياغة هذه الأفكار وتقديمها للجمهور والتأثير على مواقف وسلوك الآخرين⁽¹⁾.

3- اتساع دائرة الاتصالات: وهي المرحلة التي تتسع فيها دائرة النقاش ويشترك فيها عدد كبير من الناس لا يعرف بعضهم بعضاً وخلال هذه المرحلة سنلاحظ فريقين من الناس لا يهتم بهذه الأفكار فريق يتخذ منها موقفاً رافضاً لأنّها لا تتفق مع أفكارهم مع معايير الجماعات التي ينتمون إليها وفي مرحلة الانقسام لا تتضح ظاهرة الرأي العام لأنّ فرصة ظهوره تتطلب قبول الفكرة من عدد كافٍ من الأفراد يجعل من الفكرة وكأنّها تحوز على رضا الأغلبية، وفي المجتمعات التي لم تتطور فيها وسائل الإعلام وإمكانياته أو يخضع الإعلام فيها لرقابة صارمة لا تنتقل فيه هذه الأفكار بالسرعة المطلوبة بينما في المجتمعات المفتوحة تسهم وسائل الإعلام في نشر هذه الأفكار بسرعة كبيرة.

⁽¹⁾ كامل، خورشيد، مدخل إلى الرأي العام، (2016)، ص 116.

4- مرافقة الآخرين وسلوكياتهم: وتأتي هذه بعد مناقشات واسعة ومشاركة عامة مما يجعل عدد كبير من الناس يتقبلون هذه الأفكار ويتبنونها فتعم الجماعات السلبية في المجتمع إلى السير في الركاب فتعبر عن تأييدها بالتصفيق أو المظاهرات وغير ذلك، ويد المعارضون لهذه الأفكار حرجا في مخالفة الأغلبية فيميلون إلى الصمت مما يسهم في عزل الصوت المعارض وحين يحدث هذا التوافق أو التعديل السلوكي للقوى السلبية والقوى المعارضة⁽¹⁾.

ويفيد "كنق" بأن الرأي العام يمر بمراحل تبدأ باستياء بعض الأفراد في المستوى الشعبي، ثم يعم هذا الاستياء وينتشر، ثم تتبلور القضية بالمناقشة التي ربما تؤدي إلى مرحلة اتخاذ قرار فيه، أما "دافيسون" فيوافق "كنق" على أن العملية تبدأ بأفراد كرأي من الآراء، دون تحديد بأنه استياء، ثم تتبنى جماعة أولية هذا الرأي ثم تظهر لها قيادات متفرقة، يتم الاتصال بينها لتناقش القضية ووجهات النظر المتعددة، ثم تظهر صياغات جديدة وقادة جدد وتعد المقارنات بين الآراء المتعددة، ثم انتهت القضية المحددة ينتهي الرأي العام بالنسبة لها. وتظهر قضية جديدة ويظهر رأي عام آخر⁽²⁾، وهو رأي لا يختلف كثيراً عن رأي عدد من الباحثين، ولعل أفضل تصوير للمراحل التي تمر بها القضية المحددة ما أورده "برايس" "Bryce" في تشخيصه لطبيعة الرأي العام في بريطانيا أو الولايات المتحدة الأمريكية، ففي تشخيصه هذا يقسم نشأة القضية المحددة والمناقشات والمحاورات التي تمر بها، بالنسبة للفرد إلى عدد من المراحل من خلال المثال الذي يضر به لأحد رجال الأعمال⁽³⁾.

4- تقسيمات الرأي العام وتقسيماته:

لقد قام العلماء والباحثون في مجال الرأي العام بتقسيم الرأي العام، وفق مجموعة من المعايير والأسس، فقدم قسم الرأي العام إلى مجموعة من المجالات الرئيسية والتي تحتوي عدداً من الأنواع الأكثر تفصيلاً، وفيما يأتي عرض لأهم المجالات التي قسم الرأي العام وفقها.

(1) كامل، خورشيد. المرجع السابق، ص116.

(2) أحمد، بدر، الرأي العام. طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة. ط3. (الكويت: وكالة المطبوعات، 1982)، ص27.

(3) سعيد إسماعيل، صيني، مدخل إلى الرأي العام والمنظور الإسلامي. (مؤسسة الرسالة)، ص34.

أ/التصنيف تبعاً للمعيار المكاني:

وفقاً لهذا التصنيف يقسم الرأي العام إلى عدة أنواع تبعاً لمجموعة من الأسس المتعلقة بنطاق انتشار الرأي العام مكانياً أو طبقياً وهذه الأنواع هي:

1-الرأي العام المحلي:

وهو الرأي المنتشر والسائد على مستوى أحد أجزاء المجتمع السياسي، وفي نطاق مصالح هذا الجزء، وهذا الرأي يكتسي بجميع صفات الرأي العام القومي التالي ذكره، ولكن بدرجة أكثر نوعية وتخصص.

2- الرأي العام القومي:

يرتبط هذا الرأي بالوطن أو الدولة الموجودة بها، وتستمد السلطة القائمة شرعيتها منه، ويتميز بخصائص منها: التجانس، إمكانية التنبؤ به، معالجته للمشكلات القومية.

3- الرأي العام الإقليمي:

وهو الرأي العام السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً في فترة زمنية محددة، تجاه قضية أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة، وقيمها الإنسانية الأساسية، ويقوم الرأي العام الإقليمي على مجموعة من القواعد منها: المصلحة المشتركة، الارتباط التاريخي، وتقارب العادات والتقاليد، وتشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية ووحدة اللغة والثقافة.

4- الرأي العام العالمي:

ويراد به الرأي العام السائد بين أغلب شعوب العالم في فترة زمنية معينة، حول قضية أو أكثر يحدث حول الجدل والنقاش في ذلك، كما أنهم يتقبلون الشائعات⁽¹⁾.

(1) فياض، عامر، الرأي العام وحقوق الإنسان. (عمان: دار زهران، 2002)، ص 29.

ينقاد أصحاب هذا الرأي دائماً لما يوجهه له أصحاب الرأي المسيطر والرأي المثقف القارئ، وينساقون وراء الدعاية والإعلام، ويسلك هذا الصنف رد فعل حاد غالباً يتشكل في الصباح والإضراب، ولا يملكون القدرة على مناقشة المسائل التي ثاروا من أجلها ما دام محركو الرأي العام أفهموهم أن هذا بهدف مصلحتهم العامة فكان هذا السواء الأعظم الطعم الأسهل للتأثر بالدعاية والانقياد والانصياع⁽¹⁾.

د- التقسيم حسب أنواع الرأي: ويقسم إلى:

1- الرأي الشخصي: وهو الرأي الذي يشكله الفرد لنفسه، وذلك تبعاً للثقافة وخبراته، ومقدار تفاعله واحتكاكه بالعالم أو المحيط الذي يعيشه فيه كما أنه الرأي الذي يحاول الفرد مشاركة الآخرين به⁽²⁾.

2- الرأي الخاص: وذلك الجزء الصغير الذي تجده داخل نفسية الشخص المحتفظ دائماً بها، وهو ذو أهمية كبيرة في دراسات الرأي العام، وأن الفرد يعبر عن هذا الرأي عندما تتاح له الفرصة من خلال الانتخابات الحرة⁽³⁾.

أ/ التقسيم الكمي للرأي العام:

يشتمل هذا التصنيف على رأي الأغلبية والذي يمثل رأي عن ما يزيد عنه نصف الجامعة، وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفاعلة وهناك أيضاً رأي الأقلية، وهو رأي ما يقل عن رأي نصف الجماعة ويعبر عن هذا الرأي مجموعة من الناس الذين لا يستهان بهم، وقد تحتوي هذه الفئة بين صفوفها والأكفاء والمتخصصين، كما يشتمل هذا التصنيف والثالث من نوع الرأي

⁽¹⁾ عوفي، فنديل، الرأي العام دراسات إعلامية، "منشور على صفحة الفيسبوك نقل عن مجلة الأجيال"

<https://ajyeal.ma3ali.net/articles.php?action=show/id=27>

⁽²⁾ أحمد، بدر. المرجع السابق، ص77.

⁽³⁾ عاطف علي، عبید، نظريات الإعلام والرأي العام. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002)، ص02.

العام وهو رأي الساحق حالة من الاتفاق والاجتماع تصل إليها الجماعة، ولا يعتبر هذا الرأي من رأي الجماعة بل هو رأي قريب من الإجماع شبيه بالعادات والأعراف أمّا نوع الرابع يسمى "بالرأي الإِتلافي" وتمس المصالح المشتركة لهذه الشعوب، أو القيم الإنسانية الأساسية لها، ويعتبر الرأي من أهم سمات المجتمع الدولي المعاصر، ومن أهم القوى والمرتكزات التي تؤثر بشكل فعال في توجيه سياساته.

ب/تقسيم الرأي العام وفقاً للمعيار الزمني:

يقسم الرأي العام حسب المعيار الزمني إلى الأنواع الآتية:

1-الرأي العام الكلي الدائم: يرتكز هذا الرأي على قاعدة تاريخية ودينية، ويشترك فيه كل أفراد الجماعة، ويمتاز بالاستقرار والثبات على مر الأجيال، وينذر أن تؤثر به الحوادث أو الظروف الطارئة، ومن أهم عناصره: الدين والعقيدة والعادات والتقاليد.

ويعتبر هذا الرأي نتاج لتجارب الأفراد عبر الزمن، وتفاعلاتهم مع مجتمعاتهم ومن هنا يستمد قوته وثباته وعمقه، لهذا يعتبر النقاش في أحد قضايا هذا النوع من الرأي خطأ أحمر لا يجوز لأحد أن يتعداه، لأنّ التطرق لهذا الرأي هجوماً على مرتكزات وجود الجماعة وكياناتها الذاتية، وهذا الرأي يستغرق وقتاً طويلاً في تكوينه وترسيخه إلى أن يصبح من المسلمات الممنوعة من النقاش وللعوامل الحضارية دور كبير في تكوين الرأي العام أيضاً ومثال ذلك:

"الرأي العام العربي وكرهته للصهيونية والاستعمار، ومثال ذلك: الرأي العام الذي ظل سائداً لقرون طويلة في أمريكا وجنوب إفريقيا من حيث تعصبهم من الزنوج"⁽¹⁾.

3-الرأي العام المؤقت: عبارة عن رأي مجموعة من الناس المتعلق بأمر معين في فترة زمنية ومكانية محددة، وهذا الرأي بأنه نشيط ومتحرك ويستمد قوته من خلال اعتماده على الحيوية والعقلانية أكثر من اعتماده على العادات والقيم السائدة.

(1) محمد منير، حجاب، أساسيات الرأي العام. (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998)، ص31.

كما يمكن القول في وصف هذا الرأي⁽¹⁾ "إنّه لا يصلح لأن تقام عليه الدراسات على النقيض من الرأي العام الدائم.

ج/ التقسيم حسب قوة التأثير:

يقسم وفق قوة التأثير إلى الأنواع الآتية:

أ-الرأي العام النشيط: ويسمى أيضا الرأي العام القائد، يمثل هذا النوع من الرأي صفوة المجتمع من القادة والمفكرين والعلماء، ومن الجدير بالذكر هنا أنّ نسبة هذه الفئة من المجتمع ضئيلة، لكنّها عظيمة التأثير، وأصحاب هذا الرأي هم الذين يقودون المجتمع ويوجهونه في جميع النواحي السياسية والثقافية والاجتماعية وهم الذين يفرضون آرائهم ويكرسونها ويسخّرون من أجل ذلك كل الموارد المتاحة⁽²⁾.

كما يستخدم الكثير من العلماء والباحثين اصطلاح (النخبة) للتعبير عن هذا النوع من الرأي العام، كما يشير هذا المصطلح إلى الأفراد الأكثر نشاطا في المجتمع وفعالية.

كما يشير "Almond" إلى عدة نخب منهم النخبة السياسية وهي القيادة السياسية الرسمية والعاملين في السلك الدبلوماسي هم الذين يتمتعون بسلطات خاصة بسبب تقاربهم وتعاملهم المباشر مع الحكومة، كما أنّها تسمى بالنخبة الديمقراطية وأيضا هناك نخبة المصالح المشتركة وهم الممثلون عن المجموعات الخاصة ذات التوجهات السياسية، وظف إلى ذلك نخب الاتصالات والتي تضم العاملين في الإعلام، بالإضافة إلى قادة الرأي المؤثرين والذين يستخدمون القنوات الشخصية في التعامل مثل "قادة رجال الدين"⁽³⁾.

ب-الرأي العام الواعي: يسمى بالرأي العام المثقف وهو الذي يؤثر ويتأثر بوسائل الإعلام، كما

(1) حسين، سمير. الرأي العام. ط1. (القاهرة: عالم الكتب، 1997)، ص40.

(2) حجاب محمد منير. المرجع السابق، ص33.

(3) مجاهد، جمال، الرأي العام وقياسه. (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2004)، ص33.

يتميز هذا النوع بالاعتماد على العقل بدل العاطفة⁽¹⁾.

كما يختلف هذا النوع باختلاف المستوى التعليمي والثقافي، كما أنه يتأثر بوسائل الإعلام بصورة متفاوتة بالسنة لمستوى التعليم والوعي والثقافة.

ج- الرأي العام المنقاد:

وهو رأي السواد الأعظم، والأكثر ما يؤثر على هؤلاء بحكم مستواهم الثقافي في الضئيل عكس الرأي العام الواعي، حيث يتقبلون كل ما ينشر أو يداع دون تفكير⁽²⁾.

د/ تقسيم الرأي حسب حركته:

ويتفرع الرأي العام إلى:

1- الرأي العام الإستاتيكي (المستقر غير المتحرك): أشبه ما يكون بموافقة جماعية ناتجة عن مجموعة الآراء المتعلقة دون تمحيص، ويستمد هذا الرأي قوته من التقاليد والعادات والقيم والمبادئ المتفق عليها.

2- الرأي العام الديناميكي (المتحرك والنشط):

ناتج للرغبة في التغيير ويعتمد على الحيوية والنشاط واستخدام العقل والأصول العلمية والأكثر على العادات والتقاليد⁽³⁾.

وهو رأي مجموعة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها والتي تتجمع لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة، وحال انتهاء هذه الظروف... هذا الرأي ويعتبر هذا الرأي وليد عوامل خارجية

⁽¹⁾ عامر، فياض. المرجع السابق، ص31.

⁽²⁾ مقال من وراء الرأي المنقاد، الرياضة (2013/02/16)، الساعة 20:48، www.arriya-diyach.com

⁽³⁾ يوسف، فاروق، الرأي العام. (القاهرة: مكتبة عين شمس. 1987)، ص23.

عارضه وليس وليد حالة من التّقاش والتّحاور⁽¹⁾.

و/ تقسيم الرأي حسب التواجد:

1- رأي عام موجود بالفعل: وهو الرأي العام موجود بالفعل على أرض الواقع وذلك نتيجة لبعض الأحداث والمسببات المختلفة، وتظهر آثار هذا الرأي في المناقشات والتعليقات.

2- رأي عام المتوقع وجوده: هذا رأي غير موجود على أرض الواقع، ولكن يتوقع حدوثه نتيجة لبعض الأحداث أو المشاكل وفي هذا المجال تقوم مراكز بحوث بدور مهم في التنبؤ بالرأي العام، مثال على ذلك:

لو فكرت إحدى الحكومات بإصدار قانون يضيق على الحريات بكافة أشكالها، فإنّ مراكز بحوث الرأي العام تستطيع أن تتنبأ بالرأي العام المتوقع لإصدار هذا القانون ويتم ذلك على الاعتماد على بيانات مسبقة ودراسات متعددة⁽²⁾.

س/ التقسيم حسب درجة الظهور: يقسم إلى:

1- الرأي العام الظاهر: الرأي العام الذي يعبر عن الأفراد ويفضحون عنه بحرية دون مضايقات وعواقب، ويتكون مثل هذا الرأي في البلدان التي يتمتع مواطنوها بحرية التعبير عن آرائهم.

2- الرأي العام الكامن: الرأي العام المكبوت غير الظاهر أو المعبر عنه، وما يعمل على عدم ظهور أنّ الرأي العام هو الخوف من عواقب الإفصاح عنه، ويظهر عنه في المجتمعات ذات الحكم التسلطي والاستبدادي، والتي لا تمنح مواطنيها حق حرية التعبير عن الرأي⁽³⁾.

(1) حياة، قزاصري، قياس الجمهور والرأي العام . (دار أسامة للنشر والتوزيع، 2007)، ص 117.

(2) أبو زيد، أحمد، سيكولوجية الرأي العام ورسالته الديمقراطية. (القاهرة: عالم الكتب، 1968)، ص 74.

(3) يوسف، فاروق. المرجع السابق، ص 25.

5- خصائص الرأي العام:

لقد حاول الكثير من المفكرين والباحثين في مجال الرأي العام وضع خصائص شاملة للرأي العام من أبرزهم (كانتريال cantaril) الذي وضع مجموعة من القواعد التي أسماها (قوانين شاملة) تصف الرأي العام، لما أوضحها في سبعة عشر قانون، وفي الوقت نفسه عارض بعض العلماء والباحثين هذه القوانين ووصفوها بالقوانين الغامضة والمبهمة.

وهناك بعض خصائص الرأي العام التي يتعلمها الجمهور من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية والسياسية في المجتمع⁽¹⁾.

1- الشدة:

تتعلق بمدى عمق إحساسك بشيء، ما ضمن الممكن أن تكون لدينا آراء بشأن العديد من القضايا ولكن قد يكون لدينا إحساس قوي أو شديد جدا بشأن القليل فقط، فعلى سبيل المثال نجد أنّ بعض الناس يعارضون الإجهاض بشدة بينما نجد الآخرين يؤيدونه بشدة، وذلك بعيدا عن الظروف المحيطة أو الكائنة بالحدث.

2- عدم الثبات:

تتعلق الخاصية الثانية بالرغبة في تغيير الآراء فنجد أنّ بعض الآراء اعتمادا على القيم السياسية والاجتماعية الراسخة، أو اعتمادا على المعتقدات السائدة تظل ثابته أو تكون ذات تغير بطيء جدا أو يكون من المحتمل عدم تغييرها⁽²⁾.

3- التبرير:

ويقصد بالتبرير تعليل السلوك بأسباب منطقية يقبلها، العقل على الرغم أنّ أسباب السلوك

⁽¹⁾ عبد القادر، حسين، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة. ط3. (القاهرة: النهضة العربية، 1962)، ص380.

⁽²⁾ حلاق، بطرس. المرجع السابق، ص20.

الحقيقية تكون انفعالية فما يحدث على مستوى الفرد، فهو كذلك يحدث على مستوى الرأي العام⁽¹⁾.

4- الإبدال:

وهو قيام المجتمع كإحدى وظائفه النفسية العصامة، بإمداد أعضائه الذين يعانون من حالات مختلفة من الفشل والقلق أو غيرها من المشاكل بأهداف أخرى بديلة، تخفف عليهم وطأة هذا القلق والخوف، مثال ذلك:

تركيز الكراهية وأسباب الفشل الموجودة عند جماعة معينة في جماعة أخرى تكون لها أخطاء معينة، ثم تضاف إليه مختلف الأخطاء وأسباب الفشل وفي النهاية تقدم هذه الجماعة باعتبارها كبش الفداء، بحيث تتحمل خطايا الآخرين وفشلهم، وفي الغالب تكون هذه ضحية من أولئك الذين ليس لهم صيد مسبق من الحصاة أو التعاطف عند معظم الناس.

5- البروز والأهمية:

يتم التعامل مع البروز والأهمية على أساس أنهما شيئان متبادلان بالرغم من أنهما قد يكونان متميزان من ناحية المفهوم، فيعتبر رأي عندما يكون في بؤرة الانتباه، ويعتبر هاماً عندما يكون موضوع اهتمام، ربما تكون الخاصتان مرتبطتان عرضياً، فما أعطى وقتاً طويلاً للتفكير في شيء ما بدا أكثر أهمية وعلى انتباه الفرد⁽²⁾.

6- التيقن:

ربما يكون التيقن الذي يعتنق به رأي ما هو أقل ما اهتم به تجريبياً ونعني هنا مدى ثقة الفرد من أن رأيه في صواب.

(1) عبيد عاطف، عدلي. المرجع السابق، ص 126.

(2) المرجع نفسه، ص 127.

7- الثبات والتقلب:

يعتبر رأي العام ظاهرة متغيرة وتمثل الانتقال من حالة أخرى إذا أنّ الجمهور قد اعتمد ألا يثبت حالة واحدة، فهو يجب الطقس الداني أحيانا ويكرهه أحيانا أخرى، فهو يجب عمله الذي يقوم به ثمّ يسعى إلى تغييره كما يمكن أن يثبت الثبات في المجالات السياسية والاجتماعية نتيجة تأثير الجمهور بالدعاية الموجهة، أي أنّ آراء الجمهور عادة لا تبقى على حالة واحدة نتيجة عوامل داخلية وخارجية⁽¹⁾.

8- الإسقاط:

تفسير أعمال الغير بحسب ما يدور في نفوسها، وبحسب ما تبني من أفكار ومبادئ، فالشخص الذي يتصف ببعض العيوب يحاول دائماً إسقاط هذه العيوب على غيره وينسبها لهم ويتطابق ذلك المثل، كل إناء بما فيه يصبح⁽²⁾.

9- الرأي العام سهل التبلور:

بالنسبة للأهداف التي تتطلع إليها الجماهير إلا أنّ الوسائل المقترحة والمطروحة لإنجاز تلك الأهداف عادة ما تثير جدالا وخلاف وبالتالي ليس من السهل تبلور رأي العام حولها⁽³⁾.

10- التقمص:

عكس الإسقاط، وهو تفسير ما تقوم به، أو ما يدور في أنفسنا بحسب ما يقوم به الغير من سلوكيات وتصرفات، ولعل أبكر عمليات التقمص طريقة من طرائق التفاهم في المجتمع، فكل شخص يتقمص شخصية المجتمع الذي ينتسب إليه وخلاصة ذلك أنّ الفرد عندما يواجه مشكلة في التفاهم

(1) حلاق، بطرس. المرجع السابق، ص50.

(2) المرجع نفسه، ص51.

(3) مصطفى يوسف، كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال. (الأردن، عمان: دار الجامد للنشر والتوزيع)، ص28.

مع شخص آخر، فإنه يتبنى أحد الاتجاهين: إما بالاعتقاد بأن الشخص يشبهه تماماً، أو يعتقد بأنه هو مثل الشخص الآخر وحالة الأولى تسمى الإسقاط أما الثانية تسمى التقمص.

11- التطابق:

هو ميل الفرد إلى الاتفاق مع رأي الجماعة ويعتمد رجال الإعلام والعلاقات العامة، فيما يتعلق بنشر فكرة أو سلوك صحيح وهو سلوك الأغلبية من الجمهور داعمين أفكارهم بنظرية القطيع التي تستخدمها وسائل الإعلام.

12- التبسط:

إنّ الناس في أغلب الأحيان يميلون لتبسيط القضايا والمسائل العامة التي تثار في المجتمع، والذي يقدمه أشخاص آخرون، يتصفون بالغالب بالثقة والمصادقية وذلك بسبب رغبة الجمهور الشديدة لمعرفة تبريرات مفهومة وبسيطة ونهائية لهذه القضايا والمسائل المشاركة في المجتمع⁽¹⁾.

وبذلك يرى الباحث أنّ هذه الخصائص تتفاعل وتتداخل فيما بينها وفقاً للتغيرات والتوجهات المختلفة في المجتمع، مع الأخذ بعين الاعتبار مدى وقوة والخصائص قد تختلف من مجتمع لآخر وذلك لأسباب عديدة منها اختلاف العادات والتقاليد واختلاف المستوى الثقافي والتعليمي والحضاري للمجتمعات البشرية⁽²⁾.

- يتميز الرأي العام بحساسية شديدة للأحداث الهامة.

- يتأثر الرأي العام بكفاءة وقدرة القيادة داخل المنظمة فإذا وفقوا الرأي العام منفرداً للقيادة، متأثراً بآراء القيادة واتجاهاتهم، أمّا إذا أنفقوا فقدوا الثقة وقلّ تسامح الجماهير مع القادة.

- الرأي العام قائم على العواطف والرغبات يتغير بشدة مع الأحداث بخلاف الرأي العام القائم

(1) فراس عبد الله، أحمد صليح، "الرأي العام الفلسطيني وأثره على تحديد التوجهات السياسية لصناع القرار السياسي الفلسطيني"، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا بنابلس، فلسطين، 2009، ص33.

(2) المرجع نفسه، ص33.

على الحقائق والمعلومات الذي لديه قدرة على مواجهة الأحداث⁽¹⁾.

6-العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام:

تتأثر عملية تشكيل أو تكوين الرأي العام بالكثير من العوامل التي يرجع بعضها إلى البيئة المحيطة ويرجع بعضها الآخر إلى الأفراد أنفسهم، وأخيراً توجد بعض العوامل المتعلقة بالقضية مثار الجدل.

-المناخ أو الإطار السياسي:

سبقت الإشارة إلى الرأي العام أنه يوجد في مختلف دول العالم منها الديمقراطية والديكتاتورية ويختلف في كل منهما، ففي الدول الديمقراطية حيث تستبد السلطة بالرأي بحيث تحرم مواطنيها من مناقشها في القضايا المصيرية والمشاركة في الحكم وتعامل الجمهور بالقسوة والإرهاب ومن سلبياتها انعدام الثقة بين الشعب والحكومة وهكذا يكون الرأي العام في هذه الحالة رأياً كامناً.

أما الديمقراطية عكس الديكتاتورية فإنّ سماح النظام السياسي بتعدد الأحزاب السياسية وتعدد النقابات والتنظيمات الشعبية وإعطائها حرية التعبير عن الرأي دون التمييز بين طبقات المجتمع وطوائفه.

وهذا ما يجعل الرأي العام أكثر فعالية وإيجابية من خلال مشاركته في السياسة العامة، حيث

تشجع هذه الظروف على مناقشة القضايا المختلفة بين الجماهير بدرجات واسعة من الحرية⁽²⁾.

يعرّف "كلايد كلوكهن" على أنّها مجموعة طرائق الحياة لدى شعب معين، أي الميراث الاجتماعي الذي سيحصل عليه الفرد من مجموعته التي يعيش في محيطها" وهناك من يرى فيها أنّها

(1) مصطفى يوسف، كافي. المرجع السابق، ص29.

(2) صبحي، عسيلة، الرأي العام، الموسوعة السياسية للشباب، نضمة مصر للطباعة للنشر والتوزيع، ص37.

قوالب ثابتة عامة في التفكير والتصرف أيضاً، والحضارة هي كلمة مشتقة من التمدن من (الحضر والمدينة) وهي مجموعة من المنجزات الفكرية والاجتماعية والأخلاقية والصناعية التي يحققها مجتمع معين من مسيرته لتحقيق الرقي والتقدم، كما يستخدمها البعض على أنّها سيادة العقل في المجتمع، أما استخدامها المعاصر فارتبط بالتطور العلمي والتكنولوجي وما يفرزه هذا التقدم من إنجازات في الميادين الأخرى في الحياة⁽¹⁾.

ومن هذا الأساس فإنّ الحضارة مجموعة العادات والتقاليد والآداب الشائعة في المجتمع، والتي تساعد الأفراد فيما بينهم على التعامل والتكيف مع العوامل البيئية والظروف التي تحيط بهم، فالإنسان منذ ولادته يصب نفسه في قوالب المجتمع الذي يعيش فيه ولا يخرج على الأنماط التي تواضع عليها هذا المجتمع الذي يعيش فيه حتى لا يتعرض إلى عقاب المجتمع.

فالحضارة هي نتاج حياة الأفراد المشتركة فيه، فهي تفرض أنماطاً متماثلة نسبياً من السلوك وطرائق التفكير وهي أنماط تتجسد بشكل عادات وتقاليد وآداب عامة وقيم وقوانين ومؤسسات وغيرها، وبما أنّ الحضارة هي امتداد للماضي ووجود الحاضر وتطلع نحو المستقبل فإنّها بحكم ذلك تؤثر في حياة الأفراد في المجتمع⁽²⁾.

- عامل الدين:

يعد الدين أحد المقومات النظام الثقافي للمجتمع، ولا تقبل أساسياته الجدل، ولذا يبقى جوهر الدين راسخاً لأجيال كثيرة، ويشمل عاملاً شديداً التأثير في توجيه تصرفات الشعوب والجماعات والأفراد.

ويلعب دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام وتوجيهه في كافة ميادين الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وتزداد فعالية الدين في التأثير على الرأي العام في القضايا والمشكلات ذات الأبعاد

(1) عبد الوهاب، الكياني، موسوعة السياسة، المجلد الثاني، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ص549.

(2) لجنة في مؤسسة الثقافة العمالية، الرأي العام. ط1. (بغداد: مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، 1991)، ص222.

الدينية، كما تزداد فعاليته في حالة وجود استراتيجيات مخططة لدى القيادات الدينية في الخطاب الديني، واستخدام الأسلوب المنطقي في الإقناع⁽¹⁾.

- العامل النفسي والشخصي:

يؤثر العامل النفسي والشخصي في تكوين الرأي العام من منطلق أن الأفراد لا يتساوون في كل شيء من حيث طبيعتهم إذ يقول "أفلاطون" وليس كل عالم قادر على بلوغ الخير لأنّ ثمة فروقا طبيعية بين الناس وإنّ هذا الفرق ليس فرقا بالدرجة وحسب، أي أنّ لكل شخصية سماتها وخصائصها، وبالتالي تؤثر في سلوكه ورأيه كما يرى الدكتور "صادق الأسود في الشخصية" أنّها عامل هام في ميدان الخيارات الأساسية السياسية، فهي التي تصوغ وتعين الاتجاهات السياسية، من حيث الاهتمام وعدم الاكتراث بالسياسة⁽²⁾.

فضلا عن أثر الانتماءات الحزبية والنهج العقائدي في التفكير والتعامل مع الآخرين، وهي التي تجعل الأفراد يندمجون بدرجات النجاح متباينة حسب الميادين التي يجري فيها التفاعل الاجتماعي الذي يعيش فيه هؤلاء الأفراد في الأحزاب والحركات السياسية فضلا عن ذلك، إنّ الشخصية هي الأساس الذي ينشأ عنه الانحرافات والارتدادات السياسية⁽³⁾.

- المناخ الاقتصادي:

الظروف الاقتصادية تحدد آراء الجماهير إلى درجة كبيرة، فالأفراد يتأثرون في تكوين آرائهم بمصالحهم ومصالح الجماعة أو الجماعات التي ينتمون إليها وتكون آراء الأفراد بما يتماشى مع مصالحهم الاقتصادية، فالأفراد خاصة في الدول النامية منشغولون طوال يومهم بالعمل من أجل البقاء أحياء وليس لديهم الوقت اللازم لمناقشة المشكلات والقضايا العامة، ويترتب ذلك نقص في الوعي وعدم مشاركة في الحياة العامة، وهذا لا يجعلهم عنصراً فاعلاً في تكوين الرأي العام.

(1) صبحي، عسيلة. المرجع السابق، ص38.

(2) محمد عبد القادر، حاتم، الرأي العام. (القاهرة: مكتبة الأنكلو مصرية، 1972)، ص75.

(3) محمد عبد القادر حاتم، المرجع السابق، ص75.

– العامل الديمغرافي:

هناك عاملين أساسيين يعتبران مؤثران في اتجاهات الأفراد وآرائهم السياسية: هما السن والجنس: فبالنسبة لعامل السن أنّ الأفراد متقدمين في السن تكون ميولهم واتجاهاتهم تختلف عن تلك التي لدى الشباب مثلا الشيوخ يميلون أكثر نحو المواقف المحافظة في حين أنّ الشباب أكثر سبيلا إلى الحركات والمواقف المتطرفة.

أمّا فيما يخص الجنس، فأغلب الدراسات التي أجريت على السلوك السياسي للنساء دلت على ظاهرة شائعة في مختلف الأقطار وهي قلة اهتمام المرأة بالأمور السياسية قياساً بالرجل أولاً وانعطافها نحو قوى اليمين ثانياً، فأغلب النساء يجدن أنّ بعض النشاطات ذات الطابع السياسي لا تناسب أحدا هنا كالانتساب إلى حزب أو الترشيح إلى الانتخابات، كما دلت بعض الدراسات أنّ نشاط المرأة يزدهر في المجتمعات المتقدمة وينكمش في ظل العنف الديكتاتوري، وهناك من يرى أنّ النزعة المحافظة في السلوك السياسي للمرأة تعود إلى ضالة نضوجها الثقافي في الأمور السياسية بحيث يسهل التأثير عليها عاطفياً ودينياً⁽¹⁾.

– وسائل الاتصال الشخصي والجمعي:

تشمل اللقاءات والندوات والمناقشات والاجتماعات والمحاضرات والزيارات والمعارض والمناسبات والاحتفالات المختلفة، حيث يتناول الأفراد في هذه الاتصالات معلومات مباشرة عن قضايا ومشكلات متنوعة تسهم في تكوين آرائهم وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا والموضوعات المثارة في هذه الاتصالات، وحديثا وفرت بشبكة الانترنت ما يمكن تسميته ملتقى لمستخدمي تلك الشبكة يستطيعون من خلال تبادل الأفكار والآراء، وهو ما يعرف باسم غرف الدردشة.

(1) إبراهيم، عدي، العوامل المؤثرة في الرأي العام، مركز الدراسات الأبحاث العلمانية في العالم الغربي، www.ssrcaw.org، 2018/03/12.

– مؤسسات التنشئة الاجتماعية:

1/ الأسرة:

يبدأ تأثير الأسرة على الفرد منذ طفولته ويمتد التأثير ليشمل بقية حياة الفرد، من خلال مجموعة القيم التي نشأ عليها في طفولته، وتؤثر القيم التي ترى عليها الأفراد في تشكيل اتجاهاتهم وآرائهم اتجاه الموضوعات والقضايا المختلفة، فالشخص الذي ينشأ في أسرة محافظة تحافظ على التقاليد والمعتقدات الدينية سوف تتشكل آراؤه وتوجهاته بشكل يختلف جذرياً عن شخص نشأ في أسرة ليبرالية منفتحة⁽¹⁾.

2/ المؤسسات التعليمية:

تشمل المدارس والمعاهد والجامعات، ودور العلم في تأثيره في سلوك الأفراد وآرائهم واتجاهاتهم تربوياً ونفسياً نجد هناك اختلاف بين المتخرجين في الجامعة والذين اكتفوا بالتعليم الأساسي أو المتوسط، في مؤسسات التعليم خاصة في الدول النامية تلعب دور أساسي في تشكيل وتكوين الجانب الأكبر من ثقافة ومعلومات الجماهير، كما أنّ هناك اختلاف في توجهات أيضاً بين خريجي المؤسسات التعليمية الحكومية وخريجي المؤسسات التعليمية الخاصة⁽²⁾.

3/ نوع وطبيعة القضية:

يتباين اهتمام الرأي العام من قضية حسب نوع وطبيعة القضية المثارة ومدى ارتباطها بمصالح الرأي العام، وقد انتهت البحوث والدراسات العلمية في هذا الشأن إلى أنّ القضايا والموضوعات محل اهتمام الإعلام والرأي العام لا تتساوى في أهميتها، كما أنّ القضايا والموضوعات ذات الصلة بالآراء والمعتقدات والاتجاهات وتلك التي ترتبط بالدين والانتماء القومي تتسم بدرجة كبيرة من الثبات

(1) صبحي، عسيلة. المرجع السابق، ص39.

(2) المرجع نفسه، ص41.

والقدرة على مقاومة التغيير، فكلما زادت معرفة الفرد بالقضية المثارة زادت رغبته في التعبير العلني الحر عن رأيه وكلما كانت القضية تمس أموراً حياتية أي تتعلق بالأمور اليومية لهم، أو تلك القضايا التي تمس بشكل مباشر أوضاعهم الاقتصادية مثل قضايا الدعم والأسعار والأجور، بينما يقل هذا الاستعداد إذا تعلق هذا الأمر بأمور السياسة الخارجية، ومن ناحية أخرى فإنهم ينظرون إلى النوع من القضايا باعتباره لا يمس مباشرة أوضاعهم الاقتصادية، كما يتصورون أفراد الدول النامية أنّ السادة والحكام هم المتحكمين في هذه الأمور الخارجية وتقنع الجماهير أنّ تلك القضايا مجرد تحصيل وحاصل⁽¹⁾.

8- مواقع التواصل الاجتماعي والرأي العام إبان جائحة كورونا:

أطلق مصطلح السلطة الرابعة على الصحافة لقدرتها على التأثير في الرأي العام لكن في السنوات القليلة الماضية، شهد العالم نهضة تكنولوجية في عالم الإعلام خصوصاً مع ظاهرة التكنولوجيا والانترنت التي ولدت ما بات يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي هذه المواقع التي استقطبت الفئات الاجتماعية المختلفة وأثرت على طريقة تفكيرهم فنظراً للدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي في ظل ثورات الربيع العربي ابتداءً من سنة 2011، أين أطلق بعض النشطاء السياسيين على بعض هذه الثورات اسم ثورات وسائل التواصل الاجتماعي شكلت مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة إلى الشعوب مساحات حرية يدلون من خلالها بأرائهم من غير أن يتم قمعهم وبعد السنوات على هذه الثورات زاد عدد المستخدمين وتوسعت القاعدة ليمسي العالم الافتراضي المكان الأكثر واقعية وحقيقة، فنحن نرى اليوم في سنة 2020 دور آخر لوسائل التواصل الاجتماعي في ظل هذه الجائحة التي هددت العالم اليوم ومازالت تهدده⁽²⁾. وذلك رغم الجهود التي تبذلها شركات المنصات الاجتماعية لمكافحة الأخبار الزائفة المتعلقة بفيروس كورونا، إلا أنّ المزيد من الأخبار ينشر

(1) صبحي، عسيلة. المرجع السابق، ص42.

(2) رياض، حمدوش، أحمد، دعاس، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام -مجلة دولية نصف سنوية محكمة تصدر عن: قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، ص173-160.

كالنار في المهشيم وبسرعة تواكب انتشار الفيروس نفسه، وغالبية هذه الأكاذيب والأخبار الزائفة يتم مشاركتها فيما يعرف باسم "المجموعات الخاصة" داخل "فيسبوك" ومثلها مجموعة "واتساب" التي أصبح يطلق عليها اسم "وباء المعلومات" نتيجة استطاعة انضمام آلاف المتابعين إلى المجموعات في نفس الوقت الذي يتزايد انتشاره مع انتشار وباء كورونا أصبح اليوم ضروريا لتصدي هذه الأخبار الكاذبة على المنصات الاجتماعية الإلكترونية التي يمكن أن تؤثر سلبا على الرأي العام وتسرع انتشار الفيروس⁽¹⁾.

⁽¹⁾ <https://www.asjp.cerit.dz> - الأخبار الكاذبة المتداولة، تاريخ الاطلاع 20-05-2021 على الساعة 22:14.

الكاتب= غنيمات إيم ير- ضغافلية محمد الأمين- المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة باتنة 1، 2017، ص93-103.

الفصل الثالث:

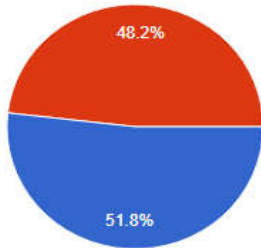
الإطار التطبيقي للدراسة

1- عرض وتحليل وتفسير البيانات الميدانية للدراسة

يعد الجانب التطبيقي مرحلة مهمة من مراحل البحث العلمي، إذ من خلاله يتمكن الباحث من جمع المعلومات حول موضوع بحثه، وهذا من خلال الإجراءات الميدانية التي يقوم بها، إذ سنتطرق من خلاله إلى تحليل بيانات الدراسة الميدانية بالاستبان إلى استمارة توزعت على هيئة 24 مفردة فبعض جمع البيانات من أفراد العينة المدروسة ثم توزيع هذه البيانات وتفرغها وتفسيرها وتحليلها في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة، وفي الأخير استخلاص النتائج العامة وإثبات أو نفي الفرضيات؟.

-تحليل البيانات الشخصية:

الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



● ذكر
● أنثى

المتغير	التكرار	النسبة المئوية (%)
ذكر	44	52,4
أنثى	40	47,6
المجموع	84	100,0

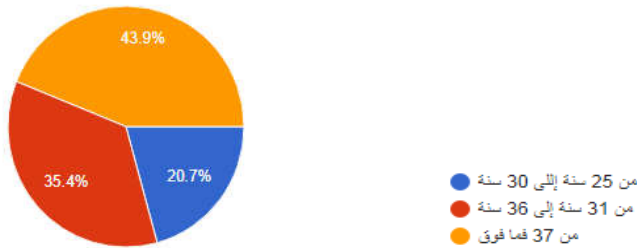
المصدر: الطالبتين

بالاعتماد على معطيات الجدول والشكل أعلاه المتمثل في توزيع حسب متغير الجنس فقد أظهرت أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور 52.4 من الأفراد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بينما الإناث بلغت 47.6 ومنه نستنتج أنّ هناك تقارب كبير في استخدام هذه المواقع.

الجدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن.

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
من 25 إلى 30 سنة	17	20,2
من 31 إلى 29 سنة	29	34,5
من 37 سنة فما فوق	38	45,2
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين

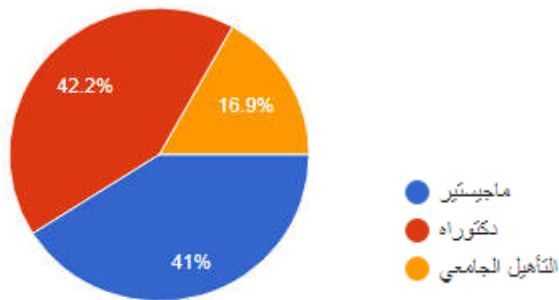


يتضح لنا من الجدول (رقم 2) الشكل البياني، أنّ أغلبية الأفراد المبحوثين من الأساتذة الجامعيين تتراوح أعمارهم ما بين 25 و 30 سنة بنسبة 20.2%، ونجد 34.5% من الأساتذة الجامعيين التي تتراوح أعمارهم ما بين 31 إلى 36 سنة لتليها الفئة العمرية بنسبة 45.2% التي يتراوح عمرها من 37 سنة فما فوق، حيث يتضح لنا أنّ الفئة العمرية الكهول من الأساتذة هم الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي إذ تتيح لهم فرصة التعبير والتنفيس عن تطلعاتهم وتكوين آرائهم حول موضوع معين ينشغل تفكيرهم.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الشهادات.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية (%)
ماجستير	34	40,5
دكتوراه	36	42,9
التأهيل الجامعي	14	16,7
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين



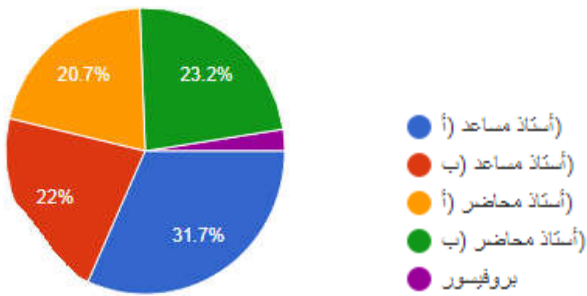
يتبين من خلال الجدول والشكل أعلاه والمتعلقين بالشهادة المتحصل عليها الأستاذ الجامعي أنّ أعلى نسبة من الأفراد المبحوثين هم المتحصلين على شهادة دكتوراه والتي قدرت بـ 42.9 في حين نجد أنّ المتحصلين على شهادة الماجستير قد قدرت مسبتهم بـ 40.5 وملاحظ من ذلك قرابة النسبة بين الماجستير والدكتوراه كونهم يمثلون الدرجة العليا للتعليم العالي والبحث العلمي ولديهم الحظ الأوفر في التدريس الجامعي، أما في ما يخص النسبة الصغرى المتمثلة في التأهيل الجامعي التي

قدرت بـ 16.7% فيعود ذلك إلى كونهم شباب تم توظيفهم حديثا على أساس أنهم أساتذة باحثون دون اشتراط مناقشتهم لرسالة الدكتوراه على أن يشكلوها حتى يستفيدوا من الترقية لاحقا.

الجدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الرتبة.

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
أستاذ مساعد (أ)	26	31,0
أستاذ مساعد (ب)	18	21,4
أستاذ محاضر (أ)	17	20,2
أستاذ محاضر (ب)	20	23,8
بروفيسور	2	2,4
قيم مفقودة	1	1,2
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين



نلاحظ من خلال الجدول الرابع والشكل البياني الموافق له، أنّ أغلبية الأساتذة الجامعيين

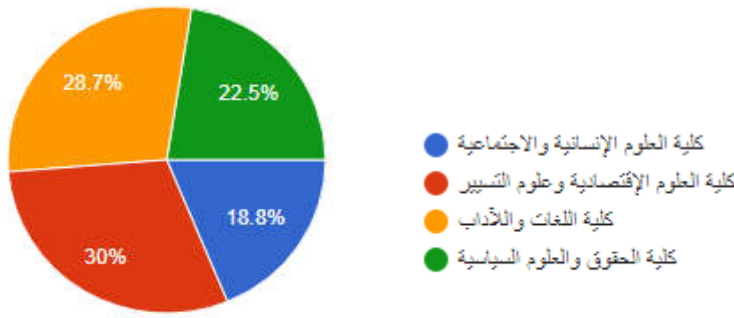
المبحوثين من صنف أستاذ مساعد (أ) بنسبة 31% تم تليها بنسبة 23.8% من صنف أستاذ محاضر (ب) ، ثم تليها نسبة 21.4% من صنف أستاذ مساعد (ب) ما يعادل 18 مفردة من أصل 84 من مجموع العينة ثم تليه من صنف الأستاذ محاضر (أ) بنسبة 20.2% بما يقارب عن العينة السابقة بنسبة 21.4% ، ثم تليها أقل صنف بنسبة 2.4% من صنف بروفيسور.

ومن هذه النتائج المتحصل عليها أعلاه نستخلص تقريبا جل أفراد عينتنا هم من مستوى واحد إضافة إلى صنف البروفيسور الذي يمثل مفردتين فقط نتيجة كون الأساتذة لديهم اكتفاء علمي بيم الدكتوراه والمجستير.

الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الكلية.

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	15	17,9
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير	24	28,6
كلية الآداب واللغات	24	28,6
كلية الحقوق والعلوم السياسية	18	21,4
قيم مفقودة	3	3,6
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين



تبين البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه أنّ أغلب الباحثين ينتمون لكلية الآداب واللغات وكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بنسبة متساوية متمثلة في 28.6 وهو ما يعادل 24 مفردة من أصل 84 مفردة من مجموع العينة، تليها كلية الحقوق والعلوم السياسية بنسبة 21.4 بما يعادل 18 مفردة، أمّا بالنسبة لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية فقد كانت أصغر نسبة وقدرت بـ 17.9 بما يعادل 15 مفردة من أصل 84 مفردة من مجموع العينة وذلك يرجع إلى قلة الأساتذة في تلك الكلية حيث يصل عددهم إلى 96 أستاذ فقط مقارنة بالكليات الأخرى الذي يصل أعدادهم إلى أكثر من 120 أستاذ إضافية إلى قلة التخصصات في الكلية نجد ذاتها كما تشير إلى قيمة مفقودة تمثل بنسبة 3.6% ما يعادل 3 مفردة من مجموع العينة 84.

من خلال النتائج المتحصل عليها يتبين لنا أن أكبر نسبة كانت لكلية الآداب واللغات وكانت متساوية مع كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وذلك راجع إلى التنوع في التخصصات والأقسام مما يجعلهم بارزين أكثر وملفتين من طرف الطلبة.

الجدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل حول موضوع كوفيد19؟

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
دائما	19	22,6
غالبا	14	16,7
أحيانا	30	35,7
ناذرا	20	23,8
قيم مفقودة	1	1,2
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين

يحمل الجدول (06) مدّة تصفح الباحثين بمواقع التواصل الاجتماعي حيث وجد أنّ أغلبية الباحثين، يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة 35.7% كأكبر نسبة راجع إلى تقسيمهم اليومي وانشغالهم بالتعليم، كونهم أساتذة جامعيين يمثلون الطبقة النخبة في المحيط الخارجي، ثم يليها المتغير بنسبة 23.8% ثم يأتي نسبة 22.6% للباحثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة على وتأتي النسبة الأخيرة الأقل منهم بنسبة 16% للذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة غالبا.

ومن هنا نلاحظ أنّ معظم الأساتذة الجامعيين باختلاف أجناسهم وتخصصاتهم العلمية لديهم مدة كافية لاطلاعهم على مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلهم حول موضوع كورونا 19.

الجدول رقم (07): يمثل المواقع الأكثر استخداما لدى الأستاذ في تفاعله مع موضوع كوفيد19.

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
Facebook فيسبوك	79	53,4%
Twitter تويتر	15	10,1%
Youtube يوتوب	34	23,0%
Zoom زووم	5	3,4%
Whatsapp واتساب	7	4,7%
قولل ميب Google meet	8	5,4%
المجموع	148	100,0%

المصدر: الطالبين

يتضح لنا من خلال معطيات الجدول أن أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك وهذا ما عبرت عنه 79 مفردة من أصل المجموع الكلي 148 أي ما يعادل بنسبة 53.4% كما تفضل 34 مفردة من أصل 148 استخدام موقع يوتوب ما يعادل نسبة 23% في حين يستخدم 10.1% موقع تويتر ما يعادل 15 مفردة عن أصل 148 أما ما يعادل 20 مفردة من أصل 148 فكانت مقسمة بين المواقع المتمثلة في قولل ميب (8 مفردات بنسبة 5.4%) ثم واتساب (7 مفردات بنسبة 4.7%) ثم زووم (5 مفردات بنسبة 3.4%)، يمكن تفسير اختلاف النتائج المتحصل عليها بوجه الخصوص بين موقع فيسبوك واليوتوب وباقي المواقع إلى أقدمية هذه المواقع أولا وسهولة استخدامها، كما أنّ معظم الأساتذة الجامعيين جمعهم هذه المواقع نتيجة اشتراكهم في

اهتمامات معينة، باعتبار هذين الموقعين فضاء خصب وثرى يهتم بشرائح المجتمع انطلاقاً من أن الفيسبوك فضاء للتعريف وإبداء الآراء والتوجهات المختلفة حول قضية من القضايا التي تشغل الرأي العام وخاصة قضية كوفيد 19، وكما يرجع اهتمام الأساتذة الجامعيين بموقع يوتوب كونه أشهر موقع يوفر خدمات بث الفيديوها عبر الانترنت خاصة في هذه المرحلة الصعبة مما سهل للمبحوثين التعرف على هذه الجائحة وطرق الوقاية منها وذلك بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو وغيرها مقارنة بباقي المواقع التي تشغل حيز بسيط من اهتمامهم.

الجدول رقم (08): يمثل طبيعة المواضيع التي تثير اهتمام الأستاذ في مواقع التواصل الاجتماعي والتي لها علاقة بموضوع كوفيد 19.

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
اجتماعية	65	20,5%
ثقافية	36	11,4%
سياسية	50	15,8%
علمية	66	20,8%
ترفيهية	26	8,2%
دينية	34	10,7%
اقتصادية	40	12,6%
المجموع	317	100,0%

المصدر: الطالبين

يمثل طبيعة المواضيع التي تثير اهتمام الأستاذ في مواقع التواصل الاجتماعي يتضح لنا من خلال معطيات الجدول أن المواضيع العلمية هي التي حازت على نسبة كبيرة من بين المواضيع المطروحة في الجدول بنسبة 20.8% كون الأساتذة الجامعيين مهتمين بالمجال العلمي من خلال المشاركة في الملتقيات والمؤتمرات العلمية، كما نلاحظ من خلال الجدول أنّ الباحثين المتمثلون في الأساتذة الجامعيين مهتمون بالمجال الاجتماعي باعتباره فرد من المجتمع وهو العنصر الفعال في التنظيم الاجتماعي لأنّ مواقع التواصل الاجتماعي تفتح المجال للباحثين بالتعبير عن مشاكلهم وحتى طرح بعض الحلول خاصة القضايا الحساسة التي تشغل الرأي العام خاصة قضية كورونا 19.

من منطلق أنّها احتاجت مختصين من أجل معالجة وإبداء رأي للوصول إلى نتيجة أمّا بخصوص المواضيع السياسية التي جاءت بنسبة 5.8% يعود إلى التعرف على القضايا الراهنة باعتبار الأستاذ الجامعي على دراية بمختلف الأخبار المتنوعة فيما نجد أنّ المواضيع الاقتصادية بلغت نسبة 12.6% تليها الثقافية بنسبة 11.4% والدينية 10.4% كون الأستاذ الجامعي واسع الاطلاع على الميادين بغية التعرف على الثقافات والقيم الدينية وتعزيزها، أمّا الأقل نسبة تتمثل في المواضيع الترفيهية المقدرّة بالنسبة لـ 8.2% هذا يدل أنّ الأستاذ الجامعي يمنح القليل من وقته للترفيه والتسلية عن نفسه.

الجدول رقم (09): يمثل تلقي الأساتذة الجامعيين للمواضيع المتعلقة بجائحة كوفيد 19 في مواقع التواصل الإجتماعي من خلال منبهات مع توضيح نوعها.

الاحتمال	التكرار	(%) النسبة	نوع المنبهات	التكرار	(%) النسبة
نعم	49	58,3	إشعارات على صفحتك	41	51,9%
			تعليقات	20	25,3%
			رسائل	18	22,8%
			المجموع	79	100,0%
لا	35	41,7	/	/	/
المجموع	84	100,0	/	/	/

المصدر: الطالبين

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة تلقي الأساتذة الجامعيين للمواضيع المتعلقة بجائحة كوفيد 19 لا بأس بها حيث بلغت 58.3 كإجابة "نعم" فيما بلغت نسبة الإجابة بـ "لا" 41.7% وهذا يمكن تفسيره بكون الأساتذة الجامعيين لديهم اهتمام كبير بهذه القضية وذلك من خلال الإطلاع على الأخبار من خلال منبهات متمثلة بنسبة كبيرة في إشعارات على صفحة المبحوث حيث وصلت نسبة الإجابة عليها إلى 51.9 ما يعادل 41 مفردة من أصل 84 مفردة من العينة في حين تقاسمت المنبهات الأخرى النسبة المتبقية والموزعة كالتالي في التعليقات 25.3% والرسائل 22.8%.

الجدول رقم (10): يمثل كيفية إدراك واستيعاب موضوعات الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	التكرار	(%) النسبة
أرسل تعليقا على الحائط حول هذه القضايا المطروحة	44	50,0%
أضيف أو أ حذف معلومات من بروفيك (صفحتك الشخصية)	18	20,5%
أضيف ملاحظة في صفحتي تتضمن شيئا يجب معالجته حول هذه القضايا	26	29,5%
المجموع	88	100,0%

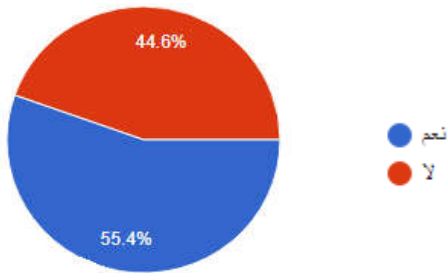
المصدر: الطالبين

من خلال الجدول والشكل السابق نرى بأن نصف الأساتذة الجامعيين يتفاعلون بشكل كبير مع جائحة كوفيد 19 وذلك من خلال إرسال تعليق على الحائط حول هذه القضية باعتبارها بلغت أعلى نسبة وهي 50% أي ما يعادل 44 مفردة بحث من أصل 84 ثم تليها المتغيرات التالية ما يقارب 20 و 23% يشير إلى شيء واحد وهو اشتراكهم في الآراء والأفكار حول قضية كوفيد 19.

الجدول رقم (11): وجود تعبير للأستاذ عن رأيه في مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمال	التكرار	النسبة (%)
نعم	47	56,0
لا	37	44,0
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين



يتضح لنا من خلال معطيات الجدول أن الاحتمال "نعم" هو الأكثر تفوقاً حيث بلغت درجته ما يعادل 56% مقارنة بالاحتمال "لا" الذي جاء نسبة 44% ومن هنا نستخلص أنّ الأستاذ الجامعي يبدي رأيه ويقدم توجهاته بأي شكل من الأشكال.

الجدول رقم (12): العوامل المؤثرة في الرأي الشخصي للأستاذ الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية كوفيد 19.

العوامل	التكرار	(%) النسبة
العامل الديني	23	16,9%
العامل النفسي	51	37,5%
العادات والتقاليد	5	3,7%
التنشئة الاجتماعية	29	21,3%
قادة الرأي	28	20,6%
المجموع	136	100,0%

المصدر: الطالبين

اتضح لنا معطيات الجدول أنّ العامل الأساسي المؤثر في الرأي الشخصي للأستاذ الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية كوفيد 19 هو العامل النفسي وذلك بنسبة كبيرة بلغت 37.5% وهذا راجع إلى التباين الاجتماعي بين الأفراد انطلاقاً من أنّ لكل فرد شخصية تضم سمات وخصائص معينة، تمّ تليها نسبة 21.3% التنشئة الاجتماعية انطلاقاً من أن داخل كل مجتمع فكرة يتبناها الفرد منه، ثمّ تليها قادة الرأي بنسبة 20.6% باعتبارهم أشخاص مميزين على مواقع التواصل الاجتماعي سواء أصدقاء أو رواد الصفحات والمجموعات التي تؤثر من خلال المضامين التي يتم طرحها على المواقع فيما يخص قضية كوفيد 19، ثمّ يليها العامل الديني بنسبة 16.9% موزعة على 23 مفردة بحث ومن هذا المنظور نجد أنّ هناك أساتذة جامعيين ينسبون رأيهم من خلال إسقاط القضية "كوفيد 19" على الاتجاهات الدينية، أمّا بالنسبة الأخيرة وهي نسبة ضئيلة متمثلة في

3.7% تضم العادات والتقاليد وتشير فيها إلى أن الأستاذ الجامعي لا يؤثر في أفكاره وآرائه حول قضية كورونا.

الجدول رقم (13): في رأيك هل إحداث النقاش والصراع في مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تحديد أفكارك ومفاهيمك حول قضية كوفيد 19؟

الاحتمال	التكرار	(%) النسبة
نعم	35	41,7
لا	48	57,1
قيم مفقودة	1	1,2
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين

يتبين لنا من الجدول أعلاه أنّ إحداث الصراع والنقاش في مواقع التواصل الاجتماعي لا يؤدي إلى تحديد أفكار أغلبية أفراد المبحوثين باعتبارهم يمتلكون أفكار محددة حول هذه القضية وهذا ما أكدوه بالإجابة بـ"لا" في الجدول بنسبة 57.1% أي ما يعادل 48 مفردة من أصل 84 من عينة البحث أما بخصوص إجابات الأساتذة "بنعم" التي أجابوا بنسبة 41.7%، فهي نسبة لا بأس بها من منطلق أنّ هناك أساتذة هم الذين يحددون أفكارهم حول هذه الجائحة من فكرة مبدأ الصراع والنقاش.

الجدول رقم (14): الأنشطة التي يقوم بها الأستاذ الجامعي في مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بقضية كوفيد 19.

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
إبداء رأيك الشخصي حول القضية	37	34,9%
مشاركة في موضوع محل نقاش في القضية	38	35,8%
قراءة الردود فقط	31	29,2%
المجموع	136	100,0%

المصدر: الطالبين

من خلال معطيات الجدول الموضح أعلاه تبين لنا أنّ الأستاذ الجامعي يقوم بالأنشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي لها علاقة بالكوفيد والتفاعل معها وذلك من خلال مشاركته بالموضوع في محل نقاش القضية والتي وصلت نسبة بـ 35.8% وتليها إبداء رأيه الشخصي حول القضية بنسبة وصلت إلى 34.9% جاءت متقاربة للمتغير السابق، أمّا بخصوص قراءة ردود فقط عبرها بنسبة 29.2% هذا يتبين لنا أن الأستاذ الجامعي مهتم بموضوع المطروح ودائماً يحاول مناقشة وتقديم آرائه الشخصية التي تشغل الرأي العام ككل.

الجدول رقم (15): هل تتبنى رأي شخصي من مواقع التواصل الاجتماعي في قضية كوفيد 19؟ كيف ذلك؟.

الاحتمال	التكرار	(%) النسبة	كيف	التكرار	(%) النسبة
نعم			من خلال أصدقائك	16	19,0%
			من خلال صفحات رسمية في الفيسبوك	16	19,0%
			من خلال مجهوداتك في البحث في مواقع التواصل الاجتماعي	22	26,2%
			من خلال قراءة لمقالات عملية منشورة	30	35,7%
			المجموع	84	100,0%
لا			/	/	/
قيم مفقودة			/	/	/
المجموع			/	/	/

المصدر: الطالبين

توضح الأرقام الإحصائية أعلاه أنّ أغلبية المبحوثين يتبنون الرأي الشخصي من مواقع التواصل الاجتماعي إبان جائحة كوفيد 19، وهذا ما عبرت عنه 50 مفردة من أصل 84% وذلك بنسبة 59.5% بالإجابة بـ"نعم" وذلك بالاعتماد على قراءة المقالات العلمية المنشورة التي حازت على 35.7% ثمّ تليها المجهودات المنبذة من طرف أفراد العينة حول الجائحة في مواقع التواصل

الاجتماعي بنسبة 26.2% ثمّ تليها مجموع 32 مفردة كنسبة متساوية قدرت بـ 19% منهم من يتبنون آرائهم من خلال الأصدقاء ومجموع الصفحات الرسمية كالفيسبوك.

ومنه نستنتج بأنّ الأساتذة الجامعيين يتبنون آرائهم الشخصية حول قضية كوفيد وبالاعتماد على الجهود الشخصي المبذول من خلال الإطلاع على المقالات العلمية والمجالات الفكرية العامة عن هذه القضية دون الإكتراث بشكل كبير بما تبثه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات متنوعة والمتعلقة بالموضوع.

الجدول رقم (16): إلى أي درجة تؤمن بآراء الجماعة في مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع كوفيد 19؟

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
درجة عالية جدا	4	4,8
درجة عالية	11	13,1
درجة متوسطة	48	57,1
درجة ضعيفة	18	21,4
درجة منعدمة	3	3,6
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (16) الموضح أعلاه أنّ الأستاذ الجامعي يؤمن بآراء الجماعة في مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع كوفيد 19 بدرجة متوسطة كأعلى نسبة مقارنة بدرجات الأخرى التي وصلت نسبتها لـ 57.1 كونها مجرد أخبار أو معلومات قد تحمل الحقيقة أو الكذب،

كما أنه أستاذ جامعي فهو دائمى الإطلاع والبحث عن المعرفة، وتليها بنسبة 21.4% كدرجة ضعيفة وتفسير ذلك أنّ بعض الأساتذة خلال فترة الكورونا لا يهتمون بأراء الجماعة، بينما كانت الإجابة بدرجة عالية بنسبة 3.6% وعالية جدا 4.8% وهم نسبتين ضعيفتين جدا.

الجدول رقم (17): طرق إبرازك لموقفك الفردي وتحويله إلى رأي الجماعة حول قضية كوفيد19؟

المتغير	التكرار	(%) النسبة
كتابة مقالات علمية حول القضية	24	19,8%
استعمال حجج وبراهين حقيقية وصادقة	35	28,9%
مشاركة صور والتعليق عليها فيما يفيد في هذه القضية	35	28,9%
مشاركة فيديوهات في المجموعات والصفحات عن حالات هذه القضية	25	20,7%
طرق أخرى	2	1,7%
المجموع	121	100,0%

المصدر: الطالبين

تكشف لنا الأرقام الإحصائية في الجدول أعلاه أنّ الأساتذة الجامعيين يعتمدون على حجج وبراهين حقيقية ومؤكدة، وكذا مشاركة صور و التعليق عليها في إبراز موقفهم الفردي والسعي إلى تحويله إلى رأي الجماعة فيما يخص الكوفيد "19"، كما نلاحظ تساوي في النسب المئوية الذي حازاه هذين المتغيرين والتي بلغت 20.9% أي ما يعادل 35 مفردة من أصل 84 مفردة من عينة البحث في حين بلغت نسبة مشاركة فيديوهات في المجموعات والصفحات عن حالات هذه الجائحة

20.7% أي ما يعادل 25 مفردة من جهة، كما أنّها توجد نسب أضعف لكتابة المقالات العلمية حول القضية وقدرت بـ 19.8% موزعة على 24 مفردة.

ويمكن تفسير اختلاف النتائج المحصل عليها أنّ أغلبية الباحثين الأساتذة يميلون إلى تبرير مواقفهم واستنتاج الحلول وإبداء آرائهم والدفاع عنها بمختلف الحجج الصادقة بغية تعميمها لتكوينها كراي عام.

الجدول رقم (18): مدى موافقة الأستاذ الجامعي لكون النقاشات على مواقع التواصل الإجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام حول قضية كوفيد19.

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
موافق	33	39,3
موافق بشدة	7	8,3
موافق بدرجة متوسطة	29	34,5
غير موافق	4	4,8
محايد	11	13,1
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أنّ أغلبية الأساتذة الجامعيين موافقون بالنقاشات على مواقع التواصل الاجتماعي كونها وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام حول قضية الكوفيد 19 بنسبة قدرت 39.3%، كما أنّ البعض منهم موافقون بدرجة متوسطة بنسبة 34.5%، في حين البعض

الآخر محايدون تماما وهذا ما جاء بنسبة 13.1% ثم تليها موافق بشدة بنسبة 8.3% وفي الأخير اجابوا غير موافقون بنسبة ضئيلة قدرت بـ 4.8%.

نستنتج أنّ معظم الأساتذة الجامعيين موافقون بهاته النقاشات المطروقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي انطلاقا من أن الأستاذ الجامعي يؤمن بمقولة "ناقش تعرف وتكتشف".

الجدول رقم (19): مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير موقفك حول قضية كوفيد 19.

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
بدرجة كبيرة جدا	8	9,5
بدرجة كبيرة	10	11,9
بدرجة متوسطة	41	48,8
بدرجة منخفضة	12	14,3
لا تؤثر	12	14,3
قيم مفقودة	1	1,2
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين

تبين لنا نتائج الجداول رقم "19" والشكل الموافق له أن نظرة الباحثين لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير موقفهم حول قضية كوفيد 19 لا بأس بها بحيث أن أغلبية الباحثين يميلون إلى تأثيرها بدرجة متوسطة وذلك بنسبة قدرت بـ 48.8% موزعين على 41 مفردة بحث، في حين نجد نسب متساوية تتراوح بين 14.3 و 11.9 في درجة منخفضة ولا تؤثر ودرجة كبيرة.

ومن هذا الإحصاء نجد أنّ الأساتذة الجامعيين تُوثر فيهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متوسط وذلك في حالات معينة إبان جائحة كورونا حيث فضلوا اختيار درجة متوسطة التي حازت على أعلى نسبة من حيث الاختيار، في حين هناك البعض منهم لا تُوثر فيهم بل يرونها مجرد فضاء لمختلف المعلومات سواء كانت صادقة أو باطلة.

الجدول رقم (20): هل سبق لك المشاركة في خلق جدل بين الأفراد حول هذه المشكلة

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
نعم	18	21,4
لا	66	78,6
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين

تظهر النتائج في هذا الجدول وبالإستعانة بالشكل السابق، أنّ 78.6% من الباحثين لا يشاركون في خلق جدل بين الأفراد حول هذه المشكلة المتعلقة بالكوفيد ثمّ تليها مسبة 21.4 من الباحثين يشاركون في خلق جدل فيها.

نستنتج من خلال ذلك أنّ الأساتذة الجامعيين لا يشاركون في خلق جدل بين الأفراد بل يكتفون بإبداء آرائهم وأفكارهم من خلال مشاركة صور ومقاطع فيديو وكتابة المقالات العلمية حول القضية دون دخولهم في جدل.

الجدول رقم (21): مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير موقفك حول قضية كوفيد 19.

المتغير	التكرار	(%) النسبة المئوية
كبيرة جدا	10	11,9
كبيرة	10	11,9
متوسطة	44	52,4
ضعيفة	11	13,1
ضعيفة جدا	7	8,3
قيم مفقودة	2	2,4
المجموع	84	100,0

المصدر: الطالبين

نلاحظ من خلال الأرقام الإحصائية أعلاه الذي يوضح مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في قناعات ونشاطات الأستاذ الجامعي حول قضية كوفيد 19 وكذا الشكل البياني، حيث ملاحظ أنّ نسبة 52.4% اختاروا بشكل متوسط ما يعادل 44 مفردة وفي المرتبة الثانية تأتي درجة ضعيفة بنسبة 13.1% أي ما يعادل 11 مفردة، ويعود السبب في اختيار الباحثين لفئة "متوسطة" إلى أنّها الأساتذة دائما في مرحلة البحث والمعرفة وهم يرون مواقع التواصل الاجتماعي مكمل للمعرفة وليست مصدر لها بشكل كبير، لهذا فإنّها لا تؤثر بشكل كبير في قناعاتهم ونشاطاتهم إبان جائحة كورونا، وكذلك يرجع السبب في اختيار "ضعيفة" من قبل بعض الباحثين إلى الاعتقاد السائد بأنّ مواقع التواصل الاجتماعي هي وسيلة تضليلية لا تحتوي على مصداقية.

الجدول رقم (22): كيف عبرت عن آرائك حول كوفيد 19.

المتغير	التكرار	(%) النسبة
نشر مضامين توعوية عن الجائحة	43	30,1%
الإشتراك في الصفحات التي ترتبط بهذه الجائحة	33	23,1%
المشاركة في حملات التوعوية المنظمة من طرف الهيئات	15	10,5%
الإطلاع على ما ينشر وتبادله	52	36,4%
المجموع	143	100,0%

المصدر: الطالبين

تظهر لنا النتائج في الجدول رقم 22 وما يرافقه من شكل بياني أنّ أغلب المبحوثين عبروا عن آرائهم حول قضية كوفيد 19 بنسبة قدرت بـ 36.4%، وذلك من خلال الإطلاع على ما ينشر وتبادله وأيضا بنشر مضامين توعوية عن الجائحة بنسبة قدرت بـ 30.1%، أي ما يعادل 43 مفردة بحث ثمّ تليها بنسبة 23.1% من خلال الإشتراك في الصفحات التي ترتبط بهذه الجائحة، أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بـ 15 خيار، وهذا بالمشاركة في حملات توعوية المنظمة من طرف الهيئات بنسبة قدرت بـ 10.5%.

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب الأساتذة الجامعيين يعبرون عن آرائهم حول قضية كوفيد 19 وذلك من خلال الإطلاع على ما ينشر وتبادله كونها حصلت على أعلى نسبة وهذا راجع إلى سهولتها في مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها خاصية من خصائصها العالمية والتي يحدث فيها المشاركة والتفاعل مع الأحداث.

2- النتائج العامة للدراسة:

لقد توصلت دراستنا والتي تمحورت حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، كونها تستأثر بالقبول والتجاوب من قبل الكثير من الأساتذة الجامعيين في جميع التخصصات وباختلاف أجناسهم ودرجاتهم العلمية وكونها تتيح للمستخدم بالتغيير والتفاعل بكل حرية دون حواجز والذي تضم خدمات متعددة تسهل على المستخدم أن يلتقي بأصدقائه ويتبادل المعلومات والإطلاع على آخر الأخبار والمستجدات والتطورات الحاصلة، وقد أسفرت نتائج دراستنا الميدانية عما يلي:

1- بالنسبة للبيانات الشخصية قد أكدت الدراسة أنّ 52.4% من الباحثين ذكور و46.6% إناثا، أمّا فيما يتعلق بتوزيع الباحثين حسب السن نجد الفئة العمرية من 37 فما فوق هي الأكثر تكرارا بنسبة 45.2%، كما نجد أنّ أغلبية الباحثين متحصّلين على شهادة الدكتوراه بنسبة 42.9% أغلبهم أستاذ مساعد (أ).

2- أثبتت الدراسة أنّ هناك تساوي بين أفراد الباحثين من حيث النسبة المئوية المقدرة بـ 28.6% يدرسون في كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وكلية الآداب واللغات، إضافة إلى 21.4% هم أساتذة يدرسون في كلية الحقوق والعلوم السياسية في حين 17.9% يدرسون في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

3- توصلت الدراسة أنّ 35.7% أحيانا ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في حين 22.6% من الأساتذة الجامعيين دائمي الاستخدام، كما أثبتت الدراسة أنّ 53.4% من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك و23% منهم يستخدمون اليوتوب أكثر من المواقع الأخرى.

4- خلصت الدراسة الميدانية أنّ أغلب الباحثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي إبان جائحة كورونا بدوافع علمية بدرجة أولى حيث بلغت نسبتها 20.8% وتليها المواضيع الاجتماعية

بنسبة قدرت .20.5%.

5- تشير النتائج إلى أن أغلبية الأساتذة الجامعيون يتلقون المواضيع المتعلقة بجائحة كوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبتها 58.3% ، حيث أشارت الدراسة إلى أنهم يستقبلون هذه المواضيع عن طريق الإشعارات عبر صفحتهم الرسمية، حيث بلغت نسبتها 51.9%.

6-أوضحت الدراسة الميدانية أنّ نصف النسبية المئوية للأساتذة المبحوثين يدركون ويستوعبون موضوعات الجائحة في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إرسال تعليقات على الحائط حول كوفيد19.

7-إجماع أغلب المبحوثين على تغيير الأساتذة ومتابعتهم لقضية كوفيد 19.

8- كشفت الدراسة الميدانية أنّ العامل النفسي هو العامل المؤثر في الرأي الشخصي للأساتذة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث قدرت نسبة اختياره 37.5% ، وتليها نسبة 21.3% التنشئة الاجتماعية للأستاذ.

9- خلصت الدراسة الميدانية أيضا أنّ أغلب المبحوثين الأساتذة من وجهة نظرهم لا يرون بأن أحداث النقاش والصراع في مواقع التواصل الاجتماعي لا يؤدي إلى تحديد أفكارهم ومفاهيمهم حول قضية كوفيد 19، ثم تليها أغلبية الأنشطة التي يقوم بها الأستاذ الجامعي في مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بقضية كوفيد 19 التي تضمنت المشاركة في موضوع محل نقاش في القضية بنسبة قدرت بـ 35.8% ضف إلى ذلك إبداء الرأي الشخصي حول القضية للأستاذ الجامعي بنسبة قدرت بـ 34.9% كنسبة متقاربة للذي قبلها.

10- تشير النتائج أنّ أغلبية المبحوثين يتبنون آرائهم الشخصية من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية كوفيد والتي تؤدي إلى تحديد أفكارهم ومفاهيمهم بنسبة قدرت 59.5% من خلال قراءتهم للمقالات العلمية المنشورة بنسبة قدرت بـ 35.7% وأيضا من خلال جهوداتهم في البحث

بنسبة قدرت 26.2%.

11- كشفت الدراسة أنّ أغلب المبحوثين يؤمنون بآراء الجماعة في مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع كوفيد 19 بدرجة متوسطة وهذا بنسبة قدرت بـ 57.1%، أمّا بخصوص طرق إبراز موقفه الفردي وتحويله إلى رأي الجماعة حول قضية كوفيد فقد جاءت متساوية في النسبتين قدرت بـ 28.9% وهما مشاركة صور والتعليق عليها فيما يفيد في هذه القضية واستعمال حجج وبراهين حقيقية وصادقة

12- كشفت الدراسة الميدانية أنّ الأستاذ الجامعي يميل إلى النقاشات في مواقع التواصل الاجتماعي حيث يراها وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام حول قضية كوفيد بنسبة 39.3%، إضافة إلى فصله على أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في تغيير موقعه حول قضية كوفيد 19 بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 48.8%.

13- خلصت الدراسة الميدانية أنّ أكثر من نصف المبحوثين لا يشاركون في خلق جدل بين الأفراد حول جائحة كورونا.

14- أثبتت الدراسة أنّ نصف الأساتذة الجامعيين تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في قناعاتهم ونشاطاتهم بدرجة متوسطة بنسبة قدرت 52.4%.

15- أثبتت الدراسة الميدانية على أن المبحوثين يعبرون عن آرائهم وأفكارهم من خلال الإطلاع على ما ينشر وتبادلته بنسبة كبيرة بلغت 36.4%.

16- أوضحت الدراسة الميدانية أنّ هناك قيم مفقودة بمسبة قدرت بـ 12% ما يعادل 10 مفردات وهذا راجع إلى إهمال بعض الأساتذة واللامبالاة، فيما يخص دراستنا.

3- مناقشة النتائج الميدانية في ظل الفرضيات.

بعد جمع وتبويب البيانات وتحليلها خلصنا بالدراسة الميدانية إلى التالية:

1- إثبات ونفي الفرضية الأولى:

يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة الإحساس والإدراك بموضوع كوفيد 19 وذلك من خلال تعرضه لموضوعات متعلقة الكوفيد من خلال منبهات.

للتأكد من مدى صحة هذه الفرضية نحاول استعراض نتائج الاستمارة:

*كشفت الدراسة أنّ الأساتذة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة قدرت 35.7% في التفاعل حول موضوع كوفيد 19.

*أوضحت الدراسة أنّ أكثر من نصف المبحوثين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" بنسبة قدرت 53.4% عند التفاعل في موضوع كوفيد 19.

* توصلت الدراسة إلى أن المواضيع التي تثير اهتمام الأستاذ الجامعي في مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بكوفيد 19 هي المواضيع العلمية بنسبة 20.8% ثمّ تليها المواضيع الاجتماعية بنسبة 20.5%.

*أشارت الدراسة إلى أنّ الأستاذ الجامعي يتلقى هذه المواضيع بواسطة منبهات بنسبة قدرت 58.3% وذلك عن طريق إشعارات على صفحته الشخصية بنسبة 51.9%.

* لقد تبين من خلال نتائج الدراسة أنّ الأستاذ الجامعي يدرك ويستوعب موضوعات كوفيد 19 في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة النصف عن طريق إرسال تعليق على الحائط أو الصفحة حول هذه القضية.

وبالتالي فإنّ الفرضية السابقة صحيحة نسبيا.

2- إثبات ونفي الفرضية الثانية:

*يستخدم الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة تشكيل الرأي الفردي إبان جائحة كوفيد 19 وذلك من خلال تداخل العامل النفسي الذي يؤدي إلى تحديد المفاهيم.

*خلصت الدراسة الميدانية إلى أنّ الأستاذ الجامعي يعبر عن رأيه في قضية كوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

*أظهرت نتائج الدراسة كذلك أنّ المبحوثين الأساتذة يؤثر العامل النفسي في رأيهم الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية كوفيد 19 وذلك بنسبة 37.5% ثمّ تليها التنشئة الاجتماعية بنسبة 21.3%.

* لقد تبين من خلال نتائج الدراسة أنّ أكثر من نصف المبحوثين يرون بأنّ إحداث النقاش والصراع في مواقع التواصل الاجتماعي لا يؤدي إلى تحديد أفكارهم ومفاهيمهم حول قضية كوفيد 19 وذلك بنسبة 57.1%.

وبالتالي فإنّ الفرضية صحيحة ومؤكدة.

3- إثبات أو نفي الفرضية الثالثة:

*"الأساليب التي يعتمد عليها الأستاذ الجامعي في تحويل رأيه الفردي إلى آراء الجماعة إبان جائحة كورونا تتمثل في القيام بالأنشطة المتعلقة بالكوفيد والمشاركة في النقاشات".

*كشفت الدراسة أنّ المشاركة في قضية كوفيد 19 هي الأكثر نسبة من حيث الأنشطة التي يقوم بها أفراد العينة حيث بلغت نسبتها 35.8%.

*بينت الدراسة أنّ أغلب المبحوثين يتبنون رأيهم الشخصي من مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت 59.5% حول قضية كوفيد 19 وذلك عن طريق قراءتهم للمقالات العلمية المنشورة

بنسبة 35.7%.

* أثبتت الدراسة أنّ أكثر من نصف الأفراد المبحوثين يؤمنون بآراء الجماعة في مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة حول موضوع كوفيد 19 بنسبة قدرت 57.1%.

* أوضحت الدراسة أنّ أغلبية المبحوثين يعتمدون على الحجج والبراهين وكذا مشاركة الصور والتعليق عليها في إبراز المواقف الفردية وتحويلها إلى رأي عام حول قضية كوفيد 19 إضافة إلى موافقتهم لكون النقاشات على مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام حول قضية كوفيد 19 بنسبة 39.5%.

* يمكننا القول بأنّ هذه الفرضية قد تحققت إلى حد ما بالنظر إلى أنّ الآراء تختلف من شخص إلى آخر حسب طبيعة العلاقة المرتبطة بالموضوع.

4- إثبات أو نفي الفرضية الرابعة

* توجهات الأستاذ الجامعي في مرحلة صراع رأي الفرد مع آراء الجماعة غالبا ما تكون لدرجة متوسطة وذلك من خلال الإشتراك في الصفحات والإطلاع عليها وتبادلها حول موضوع كوفيد 19.

* توضح الدراسة أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل لا بأس به في تغيير موقف الأستاذ الجامعي حول موضوع كوفيد 19.

* كما تبين لنا بأنّ تقريبا كل العينة من المبحوثين لم يسبق لهم المشاركة في خلق جدل بين الأفراد حول قضية كوفيد 19.

* كشفت الدراسة أنّ مواقع التواصل تؤثر بشكل متوسط بلغت نسبة 52.4 في نشاطات الأستاذ الجامعي وقناعاته إبان جائحة كورونا.

* خلصت الدراسة الميدانية إلى أن الأستاذ الجامعي يعبر عن آرائه إبان جائحة كورونا عبر مواقع

التواصل الاجتماعي وذلك بالإطلاع على ما ينشر عبرها وتبادلها بين الأصدقاء وهذا تفسير للنسبة 36.4%.

وعليه من خلال هذه النتائج يمكن أن نقول بأنّ الفرضية الرابعة صحيحة نوعا ما بدليل أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في توجهات الأستاذ وتؤثر كذلك في تحويل رأيه الشخصي إلى آراء الجماعة بالاعتماد على مجموعة الأساليب والأنشطة السابقة الذكر.

خلاصة الفصل

قمنا في هذا الفصل بتفريع البيانات في جداول وتحليلها وتفسيرها والتعليق عليها ثم توصلنا إلى النتائج العامة للدراسة ثم قمنا بإثبات هذه النتائج في ضوء الفرضيات من أجل التأكد من صحتها أو تقيدها، حيث تبين لنا من خلال النتائج أنّ الفرضية الأولى تحققت نسبيا في حين وجدنا الفرضية الثانية تحققت والثالثة جاءت محققة ومؤكدة.

خاتمة



نخلص القول أنّ مواقع التواصل الاجتماعي من بين المواقع الأكثر عرضة واستخداما من قبل الكثير من الناس، بل وباتت ضرورية يحتملها الواقع المعاصر في ظل ظهور تكنولوجيات وتطبيقات اتصالية جديدة نتيجة طرحها العديد من المواضيع التي تهم وتشغل الرأي العام، بل ووفرت الكثير من الخدمات التي لا يستهان بقيمتها الإيجابية، وذلك من خلال خصائصها التي تسمح للأساتذة الجامعيين بالتعرف على الأحداث الجارية والحاصلة خاصة إبان كورونا وإحاطتهم بكل التفاصيل والمستجدات وتقديم مساحات للتفاعل والتعبير بحرية عن آراء وخلق جدل ونقاشات حول هذه القضايا كون هذه المواقع وسيلة جيدة لتشكيل رأيه الفردي.

كما كشفت الدراسات ، توسع القاعدة الافتراضية في السنوات القليلة الماضية، وفي كل يوم ينتشر خبر trend، يعلق عليه المستخدمون ويفرض نفسه جبرا على جدول أعمال المحررين في المواقع، كون هذه المواقع مساحة للتعبير والتواصل تعج بآراء وأفكار وأخبار تتعلق بالمجتمع سواء الإقليمي أو العالمي، فالإختلاف لا يزال نفسه وبتنا اليوم نتحدث عن أهمية استخدام المواقع وتأثيرها في الأفراد والمجتمعات والتي تحولت من علاقة الصحافة بالرأي العام إلى علاقة التي تربط مواقع التواصل الاجتماعي بالرأي العام. كما تجدر بنا الإشارة أنّه على الرغم من كون مواقع التواصل الاجتماعي فتحت نافذة جديدة على حرية التعبير وشكلت أداة لقياس أسرع للرأي العام إلا أنّ ما نراه هو إغفال وهو ما يعرف بالنظرية spiral of silence فأصبحنا عند كل حادثة نرى أغلبية المستخدمين تجنح نحو الرأي الواحد، في حين تغيب الأصوات المعارضة أو ذات الرأي المختلف عن مساحة الافتراضية، عازيا سبب ذلك بالتردد في دخول النقاشات أو عدم الرغبة في إثارة المشاكل ناهيك بأسباب أخرى.

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة توصلنا إلى عدد من التوصيات المرتبطة باستخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام إبان جائحة كورونا:

- ضرورة ربط الجامعة والمؤسسات التعليمية بمواقع التواصل الاجتماعية بهدف مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال.

- إنشاء مواقع إلكترونية يشترك فيها الأساتذة والطلاب من خلال مجموعات علمية بصفة إلزامية ورسمية خاصة إبان فترة الحجر الصحي الذي أظهر البعد العلمي بين الأستاذ والطالب.

- نشر أدلة ومنشورات كثيرة عن جائحة كورونا التي يمكن توظيفها في التدريس الجامعي وذلك من قبل الأساتذة الذين لهم اتجاهات إيجابية إذ هم الذين يحرصون على توظيف كل ما هو جديد في هذا المجال.

- إنشاء مواقع أو فضاءات تحمي الأستاذ الجامعي من السرقة العلمية والقرصنة حين يبدي رأيه حول قضية من القضايا.

- بما أنّ جائحة كورونا ما زالت إلى يومنا هذا يستلزم إجراء المزيد من الدراسات والبحوث المتشابهة مع دراستنا.

- إخضاع مواقع التواصل الاجتماعي إلى دراسات وتحليلات معمقة من الدارسين والباحثين في علوم الإعلام والاتصال لمعرفة علاقتها مع جائحة كوفيد 19 وكذا تشكيل الرأي العام.

- حث وتشجيع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بإنشاء مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت خاصة بالأساتذة الجامعيين كون هذه المواقع وسيلة مهمة في الاتصال العلمي من شأنها تحريك الرأي العام والمرافق والاتجاهات التي باتت وسيلة منافسة لوسائل الإعلام التقليدية كون

هذه المواقع أتاحت الحرية الواسعة في بناء رأي الجماعة حول قضية من القضايا وخاصة في القضية الآنية.

- ضرورة مساعدة الأساتذة الجامعيين للطلاب في إنجاز بحثه العلمي مع الاهتمام بتوفير الإمكانيات والوسائل العلمية والتكنولوجية سواء في الجامعة أو خارجها.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المعاجم:

1. ابن منظور، لسان العرب. ج2. القاهرة: دار صادر ، 1884.
2. حجاب، محمد منير. المعجم الإعلامي. ط1. دار الفجر للنشر، 2004.
3. زينون، وضاح. المعجم السياسي. ط1. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.
4. المحام، محمد. [وآخرون]. قاموس لغوي عام. ط2. لبنان: دار الكتب العلمية، 2007.
5. المنجد في اللغة العربية. بيروت: دار المشرق، 2001.
6. ميشال، جرجس. معجم مصطلحات التربية والتعليم. لبنان: دار النهضة العربية، 2005.
7. هبة محمد، عبد الحميد. معجم مصطلحات التربية وعلم النفس. ط1. عمان: دار البلدية ناشرون وموزعون، 2008.

الكتب:

1. أبو الحمام، عزام. الإعلام والمجتمع. الأردن، عمان: أسامة للنشر والتوزيع.
2. أبو بكر، مصطفى محمد، اللالح، أحمد عبد الله. مناهج البحث العلمي. الإسكندرية: الدار الجامعة. 2009.
3. أبو زيد، أحمد. سيكولوجية الرأي العام ورسالته الديمقراطية. القاهرة: عالم الكتب، 1968.
4. أحمد صليح، فراس عبد الله. الرأي العام الفلسطيني وأثره على تحديد التوجهات السياسية لصناع القرار السياسي الفلسطيني. جامعة النجاح الوطنية. فلسطين: كلية الدراسات العليا بنابلس 2009.

5. أنجرس، موريس. منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ترجمة: بوزيد صحراوي [وآخرون]. الجزائر. دار القصة للنشر. 2004.
6. بدر، أحمد. الرأي العام. طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة. ط3. الكويت: وكالة المطبوعات. 1982.
7. بطرس، حلاق. الرأي العام وطرق قياسه. الجامعة الافتراضية السورية. تدقيق: جمعه حجازي، أمل دكاك، سميرة شيخاني. 2020.
8. بن مرسل، أحمد. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية. بن عكنون. 2003.
9. بوزيد، أحمد. سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية. القاهرة: عالم الكتاب. 1968.
10. التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية. بيروت، لبنان: مؤسسة الفكر العربي. 2008.
11. الجادري، عدنان حسين. عبد الله أبو حلو، يعقوب. الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في بحوث العلوم التربوية والإنسانية. الأردن: إثراء للنشر والتوزيع. 2009.
12. جرار، ليلي أحمد. الفيسبوك والشباب الجزائري. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. 2012.
13. حاتم، محمد عبد القادر. الرأي العام. القاهرة: مكتبة الأنكلو مصرية. 1972.
14. حجاب، محمد منير. أساسيات الرأي العام. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة. 1998.
15. حسين، سمير. الرأي العام. ط1. القاهرة: عالم الكتب. 1997.
16. الحمداني، حازم. الإعلام الحربي والعسكري. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. 2009.

17. خوتشي مراد، كمال. الاتصال الجماهيري والإعلام. الخصائص. النظريات. ط1. عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة. 2011.
18. خورشيد، كامل. مدخل إلى الرأي العام. 2016.
19. الدشلي، كمال، منهجية البحث العلمي. منشورات جامعة عمان كلية الاقتصاد. مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016.
20. الدعيمي، غالب كاظم. صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت تقاليد موروثة وسلطة مطلقة. مراجعة لغوية -علي حبيب. ط1. دار المجد للنشر والتوزيع. 2019.
21. رسول، خليل إبراهيم. سيكولوجية الرأي العام وطرق قياسه. بغداد: دار الحرية. 1986.
22. رشاد زكي، وليد. نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى قضايا إستراتيجية. المركز العربي للأبحاث الفضاء الالكتروني، 2012.
23. الرضا، هاني، عمار، رامز. الرأي العام والإعلام والدعاية، ط2. بيروت، لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات النشر والتوزيع. 2013.
24. سند السويدي، جمال. وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك. ط1. 2013..
25. شعشوع الشعمرى، حنان تبت. أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية. الرياض: جامعة الملك عبد العزيز. 2013.
26. الشمايلية ماهر عودة، [وآخرون]. الإعلام الرقمي الجديد. ط1. دار الأنصار العلمي. 2015.

27. صيني، سعيد إسماعيل. مدخل إلى الرأي العام والمنظور الإسلامي. مؤسسة الرسالة.
28. عبد الحليم ، موسى يعقوب. الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية. الدار العالمية للنشر والتوزيع.
29. عبد الرحمان، وائل ، قحل، عيسى محمد. البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. عمان. دار الحامد للنشر والتوزيع. 2007.
30. عبد الرزاق، إيمان. الضاجة، محمد أحمد. دور الأنستغرام في تحفيز الشباب البحرينى على العمل التطوعى. مملكة البحرين: الجامعة الأهلية. المنامة. ماي 2005.
31. عبد الفتاح علي، علي. نظريات الاتصال والإعلام الحديثة. عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع. 2015.
32. عبد القادر، حسين. الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة. ط3. القاهرة: النهضة العربية. 1962.
33. العبد سكر، ماجد رجب. التواصل الاجتماعى وأنواعه، ضوابطه، آثاره، معوقاته، دراسة قرآنية موضوعية. غزة: جامعة الإسلامية. 2011.
34. عبيد، عاطف علي. نظريات الإعلام والرأي العام. القاهرة: دار الفكر العربى. القاهرة. 2002.
35. عدلى، عاطف، نهى عاطف العبد. الرأي العام والفضائيات. دار الفكر العربى. 2007.
36. عسيلة، صبحى. الرأي العام. المركز الدولى للدراسات المستقلة والإستراتيجية. العدد 23. 2006.

37. العلمي، صالح. مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم. ط1. عمان: الحامد للنشر والتوزيع.
38. فاروق، يوسف. الرأي العام. القاهرة: مكتبة عين شمس. 1987.
39. فياض، عامر. الرأي العام وحقوق الإنسان. عمان. دار زهران. 2002.
40. قزاصري، حياة. قياس الجمهور والرأي العام. دار أسامة للنشر والتوزيع، 2007.
41. كافي، مصطفى يوسف. الرأي العام ونظريات الاتصال. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
42. الكياني، عبد الوهاب. موسوعة السياسة. المجلد الثاني. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
43. لجنة في مؤسسة الثقافة العمالية. الرأي العام. ط1. بغداد: مديرية دار الكتب للطباعة والنشر. 1991.
44. مجاهد، جمال. الرأي العام وقياسه. القاهرة: دار المعرفة الجامعية. 2004.
45. محمد حسين، سمير. الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية. القاهرة: عالم الكتب. 2000.
46. محمد حسين، عادل. وسائل الاتصال الحديثة من الجديدة إلى الفيسبوك. القاهرة: العربي للنشر. 2011.
47. محمد، عبد الحميد. دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. مصر: عالم الكتب. 1993.

48. محمود نصر، مهنا. مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير. ط2. مركز الإسكندرية للكتاب. جامعة أسيوط. 2008.
49. المزهرة، منال هلال. نظريات الاتصال. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2012.
50. المشابقة، بسام عبد الرحمان. نظريات الإعلام. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع. 2014.
51. المعال نعيبي، محمد عبد. تصميم وتحليل التجارب في البحث العلمي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. 2017.
52. معن، خليل عمر. مناهج البحث في علم الاجتماع. عمان: دار الشروق. 2004.
53. المقدادي، خالد غسان يوسف. ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها وتقنية الاجتماعية الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم. ط1. الأردن: دار النقاش للنشر والتوزيع. 2013.
54. هازيلي، جوان. الصناعات الإبداعية. ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، كويت: عالم المعرفة، 2007.
55. هثيمي. حسين محمود. العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. 2005.
56. هثيمي، حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. 2014.

المذكرات والرسائل الجامعية

1-رسائل الماجستير

1.أحسن، كرد ، عياش، رقية. استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الممارسة الإعلامية الجامعية. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية. جامعة محمد الصديق بن يحي. جيجل، 2019.

2.بلبالة، مرزاققة. "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين". مذكرة لنيل شهادة الماجستير. اتصال وعلاقات عامة. جامعة محمد خيضر. بسكرة، 2019.

3.بوزيدي، جهاد، ظفري، عتيقة. "استخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي والإشباع المتحققة منها". مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال وعلاقات عامة. جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي، 2016.

4.زين زينب، بشيرة، سهيلة. "اتجاهات الأفراد نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية الوعي السياسي". مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال. تخصص اتصال وعلاقات عامة. جامعة محمد الصديق بن يحي. 2018.

5.السياح، بوبكر. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتجات- دراسة حالة متعامل قطاع الهاتف النقال بالجزائر موبيليس ورقلة". مذكرة منشور مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماجستير أكاديمي علوم تجارية وتسويق خدمات. جامعة قاصدي مرباح ورقلة. الجزائر. 2016.

6.شتوان، مراد ، بوصلوب صهيب. "اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمحلات الانتخابية المحلية لسنة 2017 بالجزائر". مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، 2018/2017.

7. كروش، رحمة ، بن زعيون، مريم. "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الاقتصادية". مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال. جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2018.
8. كموش، فايزة، مشحود فتيحة. دور القنوات الجزائرية الخاصة في تعزيز الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والتسويق. السنة الجامعية 2017-2018.
9. لعور حفيظة، عياشي، رانيا. "استخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي". مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام". جامعة الصديق بن يحي. جيجل، 2017/2018.
10. محمد عبد المنعم [وآخرون]. "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل". رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر. جامعة الملك فيصل، 2016.

2- رسائل الماجستير

1. بن عبد الرزاق، رأفت مهند. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي"، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام. جامعة البترا الأردنية. الأردن، 2013.
2. الرعود، مبارك. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين". رسالة ماجستير منشورة. جامعة المشرق الأوسط، الأردن.
3. طابل البشاشة، وسام. "دوافع استخدام الطلبة، الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإنشاءاتها، فيسبوك، تويتر". مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير. جامعة البترا. الأردن، 2012.
4. قوت، هشام سمير. "استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية". مذكرة لنيل شهادة الماجستير. كلية الآداب في الجامعة الإسلامية. غزة، 2016.

5. منصور، محمد. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين "دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية نموذجاً". رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال الأكاديمية العربية المفتوحة. الدانمرك، 2013.

3-رسائل الدكتوراه

1. بركات، نوال. "انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية". مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع وعلاقات عامة، جامعة بسكرة، 2016.

2. بن جابر، محسن. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب العربية العلمية واتجاهاتهم نحوها". شهادة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تقنيات التعليم. جامعة أم القرى. السعودية، 2013.

المقالات والمجلات

1. حمدوش، رياض، دعاس، أحمد. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام –مجلة دولية نصف سنوية محكمة تصدر عن: قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة.

2. خنشوش، أحمد كاظم، "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي". مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية. عدد 04، مج 07، 2017.

3. طيار فهد، علي. "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة". المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 21. الرياض، 2014.

4. محمد نصر، مهنا. الإعلام وتكنولوجيا الاتصال "في عالم متغير". مجلة. ط2، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2008.

الملتقيات والمحاضرات

1. الصاعدي الحربي، سلطان مسفر مبارك. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني" ورقة مقدمة إلى ملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية. السعودية، 2014.
2. محاضرة عن اختيار عينة البحث إلى منهجية البحث، البث 6 أبريل 2021، الساعة 20:11 (site/plateforme pédagogique de l'université Sétif 2).
3. نصر الدين جابر، سهيلة بومعزة. شبكات التواصل الاجتماعي عن منصور نفسي، ملتقى شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، جامعة محمد خيضر، يومي 09 و10 سبتمبر 2012.

المراجع الأجنبية:

1. Albert pierre. Lexque de la presse écrite. Doige. paris, 1989 .

المواقع الالكترونية:

1. "من وراء الرأي المنقاد"، في: www.arriya-diyach.com
2. "مواقع التواصل الاجتماعي"، في: www.annhar.com
3. <http://kenanaonline.com>
4. <https://www.asdaa>
5. التميمي، معين عمران محمد. "دراسة عملية تظهر دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة العمل"، في: <https://www.alwatan>
6. طلبة الإعلام والاتصال لجمعة ثليجي. في: <https://ar.at.facebook.com>
7. عدي، إبراهيم. "العوامل المؤثرة في الرأي العام"، في: www.ssrcaw.org

8. غنيمات، إيم ير. ضفافية، محمد الأمين. "الأخبار الكاذبة المتداولة"، في:

www.asjp.cerit.dz

9. قنديل، عوفي. "الرأي العام دراسات إعلامية، "منشور على صفحة الفيسبوك نقل عن مجلة

الأجيال"، في: <https://ajyeal.ma3ali.net/articles.php?action=show/id=27>

10. محمود، سامي. "التواصل الاجتماعي"، في: www.rowadalaamal.com

11. هيئة التحرير، في: <https://ila.io/6rp34>

12. الواقى، الطيب، بهلول، لطيفة. "البطالة في العالم العربي أسباب وتحديات"،

في: www.kan.com/figh/ebles//cd//

ملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال: تخصص سمعي بصري

استمارة بحث بعنوان:

إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وتشكيل الرأي العام

دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة الجامعيين إبان جائحة كوفيد19.

بين أيديكم استمارة استبيان وهذا في إطار بحث لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري راجين منكم الإجابة عليها بكل اهتمام وصدق مع التأكد أنّ هذه المعلومات لا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي

ملاحظة: ضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة.

تحت إشراف الأستاذة:

-جمال صبرينة

إعداد الطالبتين:

-شعطوق نسرین

- بوقديرة لبنی

السنة الجامعية: 2021/2020

المحور الأول: البيانات الشخصية.

- 1-الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 25 سنة إلى 30 سنة من 31 سنة إلى 26 سنة
- من 37 سنة فما فوق

- 3-الشهادات المتحصل عليها: ماجستير دكتوراه
- التأهيل الجامعي

- 4-الرتبة: أستاذ مساعد (أ) أستاذ مساعد (ب)
- أستاذ محاضر (أ) أستاذ محاضر (ب)
- (بروفيسور)

5-الكلية:

- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير والاقتصاد
- كلية الآداب واللغات
- كلية الحقوق والعلوم السياسية

المحور الثاني: استخدام الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة الإحساس

والإدراك بموضوع كوفيد 19.

6- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل حول موضوع كوفيد 19؟.

دائما غالبا أحيانا نادرا

7- ما هي المواقع الأكثر استخداما لديك عند التفاعل في موضوع كوفيد 19؟.

facebook فيسبوك

twitter تويتر

youtube يوتوب

zoom زووم

whatsapp واتساب

Googel meet قوقل مييت

8- ما نوع المواضيع التي تثير اهتمامك في مواقع التواصل الاجتماعي التي لها علاقة

بموضوع كوفيد 19؟.

اجتماعية -ثقافية -سياسية -علمية

ترفيهية -دينية -اقتصادية - جميعها

9- هل تتلقى هذه المواضيع بواسطة منبهات على مواقع التواصل الاجتماعي؟.

نعم لا

إذا كانت إجابتك "نعم" فما هي هذه المنبهات:

- إشعارات على صفحتك

- تعليقات

- رسائل

- مناسبات ومواعيد

- أخرى تذكر.....

10- كيف تدرك أو تستوعب هذه الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟.

- ارسل تعليقا على الحائط حول هذه القضايا المطروحة

- أضيف أو أ حذف معلومات من بروفيلك (صفحتك الشخصية)

- أضيف ملاحظة في صفحتي تتضمن شيئا يجب معالجته حول هذه القضايا

المحور الثالث: استخدام الأستاذ الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة تشكيل الرأي

الفردى:

11- هل تعبر عن رأيك في مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية كوفيد 19؟.

نعم لا

- إذا كانت إجابتك بـ "نعم" كيف ذلك:

.....
.....
.....

12- ما هي العوامل المؤثرة في رأيك الشخصي عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق في كوفيد 19؟.

- العامل الديني -العامل النفسي
-العادات والتقاليد -التنشئة الاجتماعية -قادة الرأي

13- في رأيك هل إحداه النقاش والصراع في مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تحديد أفكارك ومفاهيمك حول قضية كوفيد 19؟.

نعم لا

إذا كانت إجابتك بـ "نعم" كيف ذلك؟

.....
.....
.....

المحور الرابع: الأساليب التي يعتمدها الأستاذ الجامعي في تحويل رأيه الفردي إلى آراء الجماعة؟.

14- ما هي الأنشطة التي تقوم بها في مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بموضوع كوفيد 19؟.

- إبداء رأيك الشخصي حول القضية
-مشاركة في موضوع محل نقاش في القضية
- قراءة الردود فقط

15- هل تبني رأي شخصي من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية كوفيد 19؟.

نعم لا

-إذا كانت إجابتك بـ "نعم" كيف ذلك:

-من خلال أصدقائك

- من خلال صفحات رسمية في الفيسبوك

- من خلال مجهوداتك في البحث في مواقع التواصل الاجتماعي

- من خلال قراءتك لمقالات علمية منشورة

-أخرى تكتب.....

16- إلى أي درجة تأمن بآراء الجماعة في مواقع التواصل الاجتماعي حول كوفيد 19؟.

-درجة عالية جدا -درجة عالية

- درجة متوسطة - درجة ضعيفة

- درجة منعدمة

17- ما هي طرق إبرازك لموقفك الفردي وتحويله إلى رأي الجماعة حول قضية كوفيد 19؟

(يمكنك إختيار أكثر من إختيار)

-كتابة مقالات علمية حول القضية

- استعمال حجج وبراهين حقيقية وصادقة

- مشاركة صور والتعليق عليها فيما يفيد هذه القضية

مشاركة فيديوهات في المجموعات والصفحات عن حالات هذه القضية

أخرى تذكر.....

18- هل توافق أن المناقشات على مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام لديك حول كوفيد 19؟.

موافق - موافق بشدة

موافق بدرجة متوسطة - غير موافق

محايد

المحور الخامس: توجهات الأستاذ الجامعي في مرحلة صراع رأي الفرد مع آراء الجماعة.

19- ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير موقفك حول موضوع كوفيد 19؟

بدرجة كبيرة جدا بدرجة كبيرة بدرجة متوسطة

بدرجة منخفضة لا تؤثر

20- هل سبق لك المشاركة في خلق جدل بين الأفراد حول قضية كوفيد 19؟.

نعم لا

إذا كانت إجابتك بـ "نعم" كيف ذلك:

.....

.....

.....

21- ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في قناعاتك ونشاطاتك إبان كوفيد 19؟.

-كبيرة جدا -كبيرة -متوسطة

-ضعيفة -ضعيفة جدا

22- كيف عبرت عن آرائك حول كوفيد 19؟.

-نشر مضامين توعوية عن الجائحة

- الاشتراك في الصفحات التي ترتبط بهذه الجائحة

- المشاركة في حملات التوعية المنظمة من طرف الهيئات

- الإطلاع على ما ينشر وتبادله

